



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KONTRIBUSI ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU

SKRIPSI



Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

FERA DWI AGUSTIN
NIM.11740323819

UIN SUSKA RIAU

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampar - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Fera Dwi Agustin
NIM : 11740323819
Judul : Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relationship Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru


Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

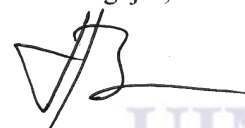
Pekanbaru, 2 Juli 2021

Dekan,

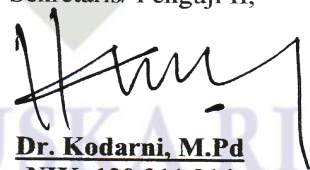

Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19811118200901 1 006

Tim Penguji

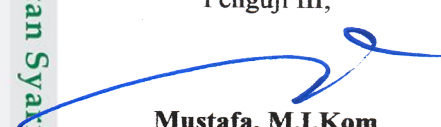
Ketua/ Penguji I,


Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004


Sekretaris/ Penguji II,


Dr. Kodarni, M.Pd
NIK. 130 311 014

Penguji III,


Mustafa, M.I.Kom
NIK. 130 417 024

Penguji IV,


Edison, M.I.Kom
NIK. 130 417 082

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relationship Management*

PT. Prudential Cabang Pekanbaru

Disusun Oleh :

Fera Dwi Agustin

11740323819

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 15 Juni 2021

Pembimbing,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom

NIK. 130417023

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

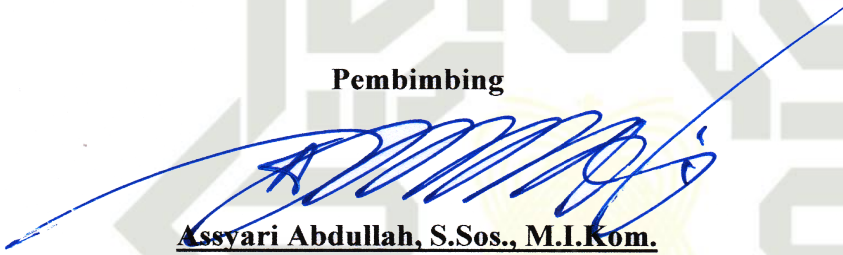
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KONTRIBUSI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI)
DALAM *COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU**

Disusun Oleh:
Fera Dwi Agustin
NIM. 11740323819

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 16 Juni 2021

Pembimbing


Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.

NIK. 130417023

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si

NIP. 196911181996032001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Fera Dwi Agustin
NIM : 11740323819

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“KONTRIBUSI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) DALAM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU”

Adapun betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dan skripsi tersebut.

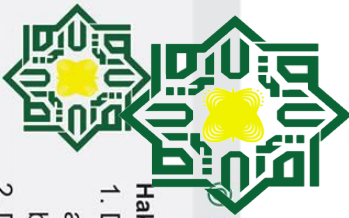
Pekanbaru, 05 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



FERA DWI AGUSTIN
11740323819

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 15 Juni 2021

: Nota Dinas
Lampiran : 1 (Satu) eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di

Tempat

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Fera Dwi Agustin

NIM : 11740323819

Judul Skripsi : Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relationship Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam siding ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui:

Pembimbing,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.

NIK. 130417023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilansir mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Fera Dwi Agustin
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : *Kontribusi Artificial Intelligence (AI) dalam Costumer Relationship Management (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru*

Penelitian ini membahas mengenai Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relationship Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru. Teknologi Kecerdasan Buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) sangat berperan penting dalam kemajuan suatu perusahaan. *Artificial Intelligence* diyakini mampu memberikan kemudahan kepada penggunanya dan mampu menghubungkan setiap perangkat tanpa harus ada di tempat. Dengan kontribusi teknologi *Artificial Intelligence* (AI), *Costumer Relationship Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan dapat terjalin lebih mudah antara perusahaan Prudential dengan para nasabah maupun non nasabahnya. Dengan kontribusi teknologi *Artificial Intelligence* (AI), loyalitas pelanggan, hubungan berkelanjutan, pelayanan otomatis dan hubungan pelanggan terjalin dengan baik dan meningkat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan melalui pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan Kontribusi AI dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru terdiri dari 3 yaitu *Customer Relationship Management* (CRM) Strategi, *Customer Relationship Management* (CRM) Operasional ini meliputi Aplikasi Pulse serta Halodoc, dan *Customer Relationship Management* (CRM) Analitis.

Kata Kunci : *Artificial Intelligence* (AI), *Costumer Relationship Management* (CRM), Prudential

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Fera Dwi Agustin
Major : Communication Studies
Title : Contribution of Artificial Intelligence (AI) in Customer Relationship Management (CRM) PT. Prudential Branch of Pekanbaru

This study aims to discuss the contribution of Artificial Intelligence (AI) in Customer Relationship Management (CRM) PT. Prudential Pekanbaru Branch. Artificial Intelligence (AI) technology plays an important role in the progress of a company. Artificial Intelligence is believed to be able to provide convenience to its users and be able to connect every device without having to be in place. With the contribution of Artificial Intelligence (AI) technology, Customer Relationship Management (CRM) can be established more easily between Prudential companies and their customers and non-customers. With the contribution of Artificial Intelligence (AI) technology, customer loyalty, continuous relationships, automated services, and customer relationships are well established and increasing. This study used the descriptive qualitative method. Qualitative research aims to explain the phenomenon through data collection. The results showed that the contribution of AI in the Customer Relations Management (CRM) of PT. Prudential Pekanbaru Branch consists of 3 namely Customer Relationship Management (CRM) Strategy, Customer Relationship Management (CRM) Operational which includes Pulse and Halodoc Applications, and Analytical Customer Relationship Management (CRM).

Key Word : *Artificial Intelligence (AI), Costumer Relationship Management (CRM), Prudential*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Allah telah memberikan kekuatan, kelancaran dan kesabaran kepada penulis dalam melalui semua ini. Tidak lupa pula shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, dengan mengucapkan *Allahumma Sholli 'ala Muhammad wa 'ala Ali Muhammad* yang telah membawa manusia dari zaman yang penuh kegelapan dan kurangnya ilmu pengetahuan ke zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti sekarang.

Skripsi saya yang berjudul "*Kontribusi Artificial Intelligence (AI) dalam Costumer Relationship Management (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru*", ditulis untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Terutama kepada kedua orang tua penulis, yaitu Bapak Ngadiman dan Ibu Samijah yang selalu mendo'akan, memberikan dukungan, kasih sayang serta memberikan semangat dalam menjalani hari-hari sejak awal dibangku kuliah hingga saat ini. Selanjutnya penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. Masduki M.Ag. Dr. Toni Hartono M.Si dan Dr. Azni M.Ag. selaku Wakil Dekan I,II,III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. M. Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Drs. Suhaimi D, selaku Penasehat Akademik. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir bimbingan.
- Bapak Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia membimbing dengan sabar dan meluangkan waktu untuk penulis serta memberikan masukan kepada penulis dalam pembuatan skripsi. Semoga kebaikan bapak dibalas pahala oleh Allah.
- Segenap Bapak/Ibu Dosen jurusan Ilmu Komunikasi yang pernah mengajar dan memberikan Ilmu kepada Penulis, semoga Ilmu yang telah Bapak/Ibu berikan menuai banyak keberkahan.
- Kepada seluruh Staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Khususnya Staf Program Studi Ilmu Komunikasi memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengurus syarat-syarat dalam pembuatan skripsi.
- Pimpinan dan Staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang telah memberikan pelayanan kepada penulis dalam mencari dan mengumpulkan literature yang diperlukan terkait dengan skripsi yang dikaji.
- Bapak dan Ibu staf PT. Prudential Cabang Pekanbaru yang telah mengizinkan dan memberikan informasi kepada penulis untuk melakukan penelitian.
- Kedua orang tua penulis, yaitu Bapak Ngadiman dan Ibu Samijah yang selalu mendo'akan, memberikan dukungan, kasih sayang serta memberikan semangat hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Segala kebaikan dan kasih sayang mereka tidak dapat penulis balas dengan apapun.
- Ferry Fatmanto, Puput Anjaswari Subandono selaku abang dan kakak serta Farhan Ferari Wirasena dan Taj Nabil Shagufta Shaquille selaku adik yang selalu mendoakan, menyemangati dan memberi dukungan kepada penulis.
- Teman-teman Public Relations B yang telah memberikan kenangan indah selama dibangku kuliah.
- Teruntuk Bagan Batu Squad Endang, Nadia, Jana, Pita, Ninda yang menjadi tempat keluh kesah dan senantiasa membantu penulis.
- Teruntuk *Lazy Cooking* Vella Vebrianti, Septian Anggrini Marbun, Debby Sintia, yang telah menemani hari-hari penulis selama dibangku kuliah serta memberikan masukan positif bagi penulis.
- Teruntuk Irfan Siddik yang telah membantu, dan memberikan semangat kepada penulis.
- Teman-teman organisasi maupun komunitas yang sudah mau bertukar pikiran dan berbagi ilmu serta pengalaman kepada penulis.
- Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah mampu berjuang melewati semua ini. Walaupun ini bukanlah akhir dari perjalanan, masih banyak perjalanan yang akan dilalui. Terimakasih untuk tidak menyerah walaupun merasa lelah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

18. Yang terakhir, terimakasih kepada semua pihak yang pernah terlibat didalam kehidupan penulis, yang memberikan penulis pengalaman manis maupun pahit. Karena dari pengalaman tersebut penulis dapat belajar mengenai makna kehidupan.

19. Teruntuk teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu. Terimakasih sudah mengisi hari-hari penulis, memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan masukan positif kepada penulis.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Penulis berharap Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi para Akademisi dengan keilmuan yang sama dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 15 Juni 2021

Penulis

Fera Dwi Agustin

NIM. 11740323819

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Terdahulu	10
B. Landasan Teori.....	14
C. Konseptualisasi Variabel	45
D. Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Desain Penelitian	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
C. Sumber Data Penelitian.....	50
D. Informan Penelitian.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Validitas Data.....	52
G. Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	56
A. Sejarah PT.Prudential <i>Life Assurance</i>	56
B. Tonggak Sejarah PT.Prudential <i>Life Assurance</i>	56
C. Logo PT. Prudential Cabang Pekanbaru.....	59
D. Visi dan Misi PT. Prudential Cabang Pekanbaru.....	60
E. Prinsip-prinsip PT. Prudential Cabang Pekanbaru.....	62
F. Motto PT. Prudential Cabang Pekanbaru.....	63
G. Nilai-nilai Inti PT. Prudential Cabang Pekanbaru	63
H. Pencapaian PT. Prudential Tahun 2020	63
I. Struktur Organisasi PT. Prudential Cabang Pekanbaru	65



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
	A. Hasil Penelitian	67
	B. Pembahasan.....	111
BAB VI	PENUTUP	114
	A. Kesimpulan	115
	B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Tampilan Aplikasi Pulse Prudential.....	77
Gambar 5.2 Tampilan Tahap Pendaftaran Pada Aplikasi.....	77
Gambar 5.3 Tampilan Menu Home	79
Gambar 5.4 Tampilan Menu Konsultasi Dokter.....	81
Gambar 5.5 Tampilan Menu Komunitas	84
Gambar 5.6 Tampilan Menu Lacak Aktivitas.....	85
Gambar 5.7 Tampilan Menu Komunitas PRUShoppe Saya.....	86
Gambar 5.8 Tampilan PRUShalira	87
Gambar 5.9 Tampilan Menu Pencarian Masjid	88
Gambar 5.10 Tampilan Menu Do'a Harian	89
Gambar 5.11 Tampilan Menu Kalkulator Zakat.....	90
Gambar 5.12 Tampilan Menu Simbol Love	91
Gambar 5.13 Tampilan Menu Periksa Kesehatan Lengkap	92
Gambar 5.14 Tampilan Menu Periksa Gejala.....	93
Gambar 5.15 Tampilan Menu Temukan Rumah Sakit	94
Gambar 5.16 Tampilan Rekam Medis	95
Gambar 5.17 Tampilan Menu Simbol Sendok Garpu	96
Gambar 5.18 Tampilan Menu Health and Fitness	97
Gambar 5.19 Tampilan Menu PRUService	98
Gambar 5.20 Tampilan Menu Utama Pada Website Prudential	100
Gambar 5.21 Menu Calls Center Pada Layanan Website Prudential	101
Gambar 5.22 Tampilan Menu We Do Dance	102
Gambar 5.23 Tampilan Menu We Do Pulse.....	102
Gambar 5.24 Tampilan Menu Produk	103
Gambar 5.25 Tampilan Menu Klaim dan Layanan	103
Gambar 5.26 Tampilan Menu Perusahaan Kami.....	104
Gambar 5.27 Tampilan Menu PRURide.....	105

UIN SUSKA RIAU

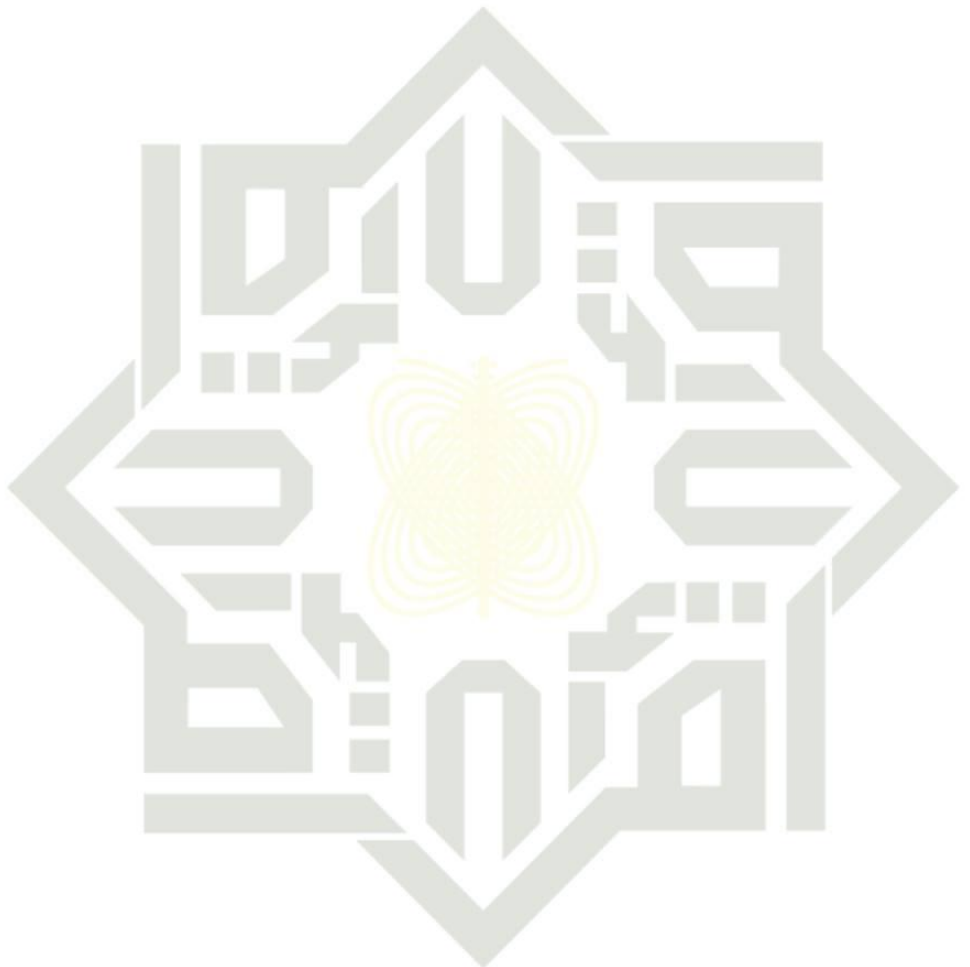


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

3.1 Daftar Nama-nama Informan Penelitian	51
5.1 Daftar Informan PT. Prudential Cabang Pekanbaru	68
5.2 Tahap Upgrade Aplikasi We Do Pulse by Prudential.....	74



UIN SUSKA RIAU

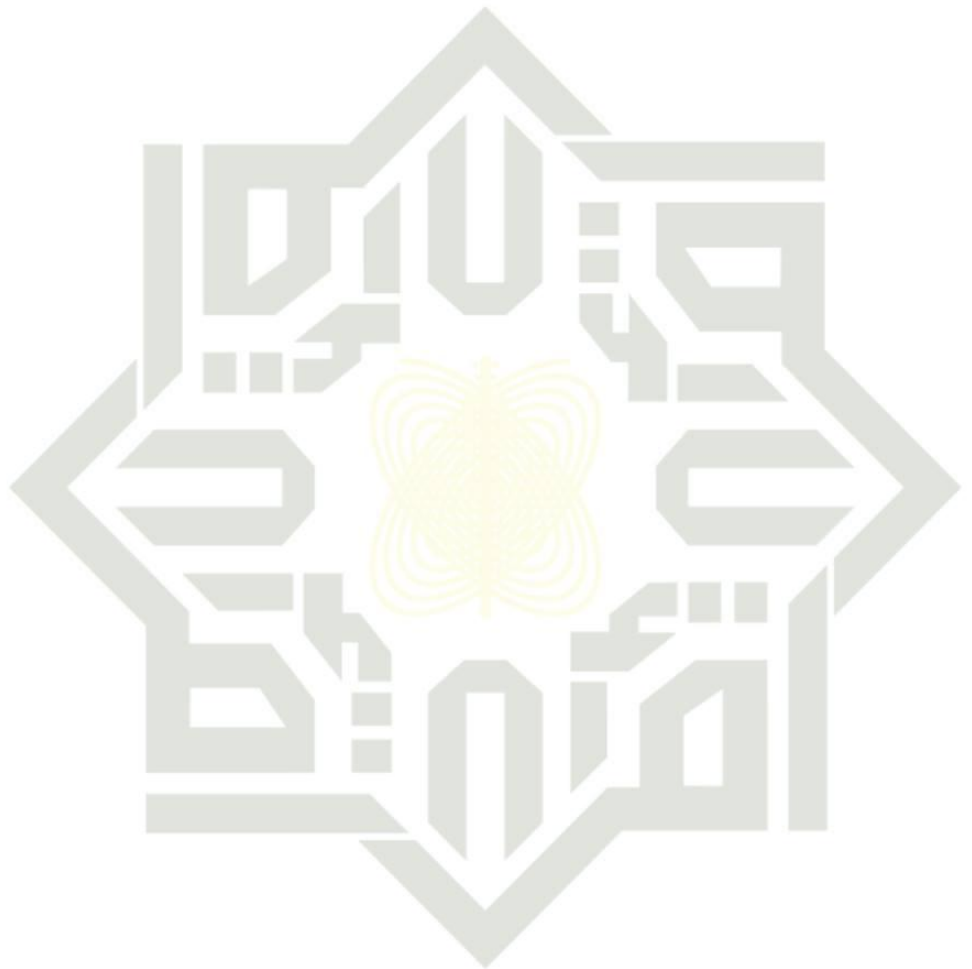


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR BAGAN

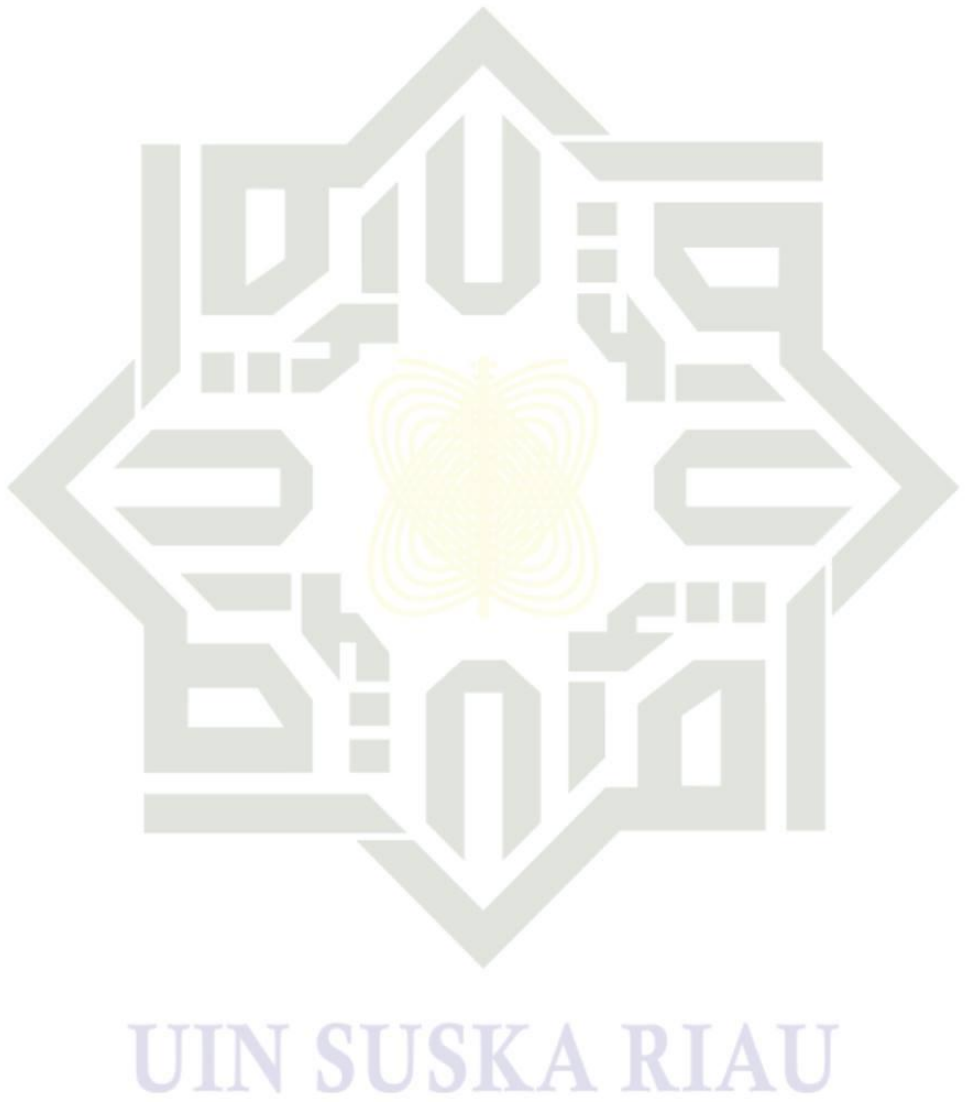
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	48
Bagan 3.1 Model Analisis Data Interktif Miles dan Huberman	55
Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT. Prudential Cabang Pekanbaru	66



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.1 Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 1.2 Dokumentasi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia asuransi saat ini berkembang dengan pesat, perkembangan yang pesat ini sebagian besar datang dari negara berkembang sebanyak 52% dan kemudian sisanya 48% dari negara maju. Kemudian sejak adanya pandemi covid-19 ini, kebutuhan akan asuransi melonjak. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya perlindungan diri sendiri dan keluarga di tengah pandemi covid-19. Perusahaan asuransi dituntut untuk senantiasa melayani nasabah dengan semaksimal mungkin. Tetapi, faktanya banyak perusahaan asuransi yang masih kurang mampu menjawab keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Masalah yang muncul di dalam perusahaan asuransi ini seperti, banyaknya keluhan pelanggan seputar pengurusan klaim yang memakan waktu dan membutuhkan banyak persyaratan, kemudian masalah kurangnya komunikasi antara agen asuransi dengan nasabah. Masalah-masalah ini nantinya akan membuat hilangnya kepercayaan pada perusahaan asuransi sehingga loyalitas nasabah menurun, jika dibiarkan terus-menerus mengakibatkan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan menjadi rusak.^{1,2}

Suatu perusahaan dapat bertahan karena adanya pelanggan atau konsumen. Loyalitas pelanggan dan hubungan pelanggan akan bertahan jika perusahaan memberikan pelayanan terbaik tanpa mengesampingkan kualitas jasa atau produk yang di tawarkan. Salah satunya adalah PT. Prudential *Life Assurance*, untuk mampu menangani masalah-masalah yang timbul adalah dengan menjaga hubungan pelanggan (CRM) dan memberikan pelayanan otomatis agar para pelanggan atau konsumen mendapat kemudahan di mana saja dan kapan saja.³

Untuk menjawab tantangan tersebut perusahaan PT. Prudential *Life Assurance* meluncurkan aplikasi bernama *We Do Pulse* atau *Pulse by Prudential*. Aplikasi ini diluncurkan pada tanggal 25

¹ Wibi Pangestu Pratama, "McKinsey: Asuransi Jiwa Tumbuh Pesat Di Negara Berkembang 1 Dekade Terakhir," *Bisnis.Com*, September 30, 2020.

² Putu Sukma Kurniawan, "Kasus Nasabah AIA Dan Prudential: Apa Yang Harus Diwaspadai Dari Produk Asuransi Unit Link," *The Conversation.Com*, April 8, 2021.

³ Vera Vivi S. Marbun, "Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan (Studi Pada Kantor Prudential Jl. Taruma Medan, Unit Pelayanan)" (Medan, Universitas Sumatera Utara, 2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Februari 2020. Aplikasi Pulse by Prudential ini merupakan cek kesehatan yang bekerja sama dengan *Halodoc*. Aplikasi ini dapat juga digunakan oleh non nasabah Prudential. Beberapa fitur dalam aplikasi ini yang tersedia untuk para nasabah Prudential seperti PRUservices, Polis Ku, Klaim Penjaminan, Klaim Penggantian, dan Info Klaim. Fitur lain yang dihadirkan di aplikasi Pulse antara lain pemeriksaan kesehatan, fitur bicara dengan dokter spesialis yang didukung oleh Halodoc dan pemeriksaan gejala penyakit yang didukung teknologi *Artificial Intelligence* (AI) atau Kecerdasan Buatan.⁴

. AI berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan hubungan dengan pelanggan. *Artificial Intelligence* (AI) atau Kecerdasan Buatan merupakan sebuah simbol munculnya era revolusi industri 4.0 yang diyakini memberikan kemudahan kepada penggunanya, di berbagai sector, khususnya di bidang asuransi kesehatan ini. Adanya *Artificial Intelligence* (AI) seseorang dapat dengan mudah menghubungkan setiap perangkat tanpa harus berada di tempat, atau merumuskan suatu kejadian atau kondisi tertentu dengan bantuan *Artificial Intelligence* (AI) atau Kecerdasan Buatan.⁵

Artificial Intelligent (AI) atau Kecerdasan Buatan ini telah berevolusi dengan sangat cepat. Berbagai aspek dan sisi kehidupan sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Beberapa sisi kehidupan yang telah diisi dengan kecerdasan buatan, antara lain: asuransi, industri, ekonomi, pendidikan, sosial bahkan hingga kedokteran dan kesehatan. Perkiraanya, semua sisi kehidupan kemanusiaan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kecerdasan buatan.⁶

Kontribusi *Artificial Intelligent* (AI) atau Kecerdasan Buatan di Indonesia yang merupakan negara berkembang masih tergolong rendah, hal ini disebabkan beberapa faktor seperti banyaknya *skill* pekerja yang belum memenuhi untuk mengoperasikan *Artificial Intelligent* (AI) serta kurangnya investasi untuk mengembangkan infrastruktur AI. Beberapa penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa

⁴Lona Olivia, "Lewat Pulse, Prudential Perluas Akses Layanan Kesehatan," *BeritaSatu.Com*, November 12, 2020.

⁵Reza Yogaswara, "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah dan Swasta," *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi* 10, no. 1 (September 25, 2019): 68, <https://doi.org/10.17933/mti.v10i1.144>.

⁶Polytechnic University Institute "Santiago Mariño," Barinas, Venezuela et al., "Teaching Artificial Intelligence and Robotics to Undergraduate Systems Engineering Students," *International Journal of Modern Education and Computer Science* 11, no. 7 (July 8, 2019): 54–63, <https://doi.org/10.5815/ijmecs.2019.07.06>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyerapan teknologi di Indonesia lebih rendah dibandingkan kawasan Asia Pasifik lainnya. Hanya 14 perusahaan di Indonesia, termasuk PT. Prudential Life Assurance yang telah mengadopsi teknologi berbasis AI.^{7,8,9,10}

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) masuk ke Indonesia pada tahun 1995 yang merupakan perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia dan merupakan bagian dari Prudential Plc Grup jasakeuangan yang berbasis di Inggris. Asuransi Prudential merupakan produk dari Perusahaan Prudential plc, perusahaan Multi Nasional Corporation yang merupakan sebuah grup jasa keuangan internasional terkemuka Inggris yang menyediakan jasa keuangan ritel dan pengelolaan dana di pasar-pasar pilihan, seperti Inggris, Amerika, Asia dan Eropa Kontinen di Inggris, Prudential adalah penyedia jasa asuransi jiwa dan dana pensiun terkemuka yang menawarkan berbagai produk keuangan ritel.¹¹

Sejak peluncuran produk asuransi yang terkait produk investasi pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk inovatif bidang asuransi. PT. Prudential Cabang Pekanbaru yang terletak di Jalan Nangka Komplek Paninsula Pekanbaru Riau merupakan salah satu asuransi yang didirikan oleh SAM (Senior Agency Manager) bernama Hawari N. Tandjaja. PT. Prudential Cabang Pekanbaru atau Pru Future Team Agency Pekanbaru menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Pekanbaru.¹²

⁷Kirana Rukmayuninda Ririh, Nur Laili, Adityo Wicaksono, Silmi Tsurayya, "Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Di Indonesia," *Undip: Jurnal Teknik Industri* Vol. 15, No. 2, Mei 2020 (Mei 2020).

⁸Gusikhin, O., Rychtycky, N., & Filev, D., "Intelligent Systems In The Automotive Industry : Applications And Trends," *Knowledge And Information Systems* 12 (2007): 147–68.

⁹Windarto, A. P., Dewi, L. S., & Hartama, D., "Implementation Of Artificial Intelligence In Predicting The Value Of Indonesian Oil And Gas Exports With Bp Algorithm.," *International Journal Of Recent Trends In Engineering & Research (Ijrter)* 3, No. 10 (Oktober 2017): 1–12, <https://doi.org/10.23883/Ijrter.2017.3482.J5bbs>.

¹⁰Mutiara Syifa, Prima Kadavi, And Chang-Wook Lee, "An Artificial Intelligence Application For Post-Earthquake Damage Mapping In Palu, Central Sulawesi, Indonesia," *Sensors* 19, No. 3 (January 28, 2019): 542, <https://doi.org/10.3390/S19030542>.

¹¹Yuni Komariah, "Strategi Perusahaan Asuransi Prudential Dalam Meningkatkan Nasabah Dan Minat Berasuransi Masyarakat Muslim Indonesia," *Jom Fisip* Volume 2 No. 2 (Oktober 2015): 2.

¹²Indra Wijaya, "Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Asuransi Prulink Syariah Edu Protection Di Pt. Prudential Life



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan adanya aplikasi *Pulse by Prudential* ini, perusahaan asuransi Prudential sedang melaksanakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan dengan menerapkan *Costumer Relationship Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para konsumennya sehingga dalam menghasilkan suatu produk perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen.¹³

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah pendekatan untuk mengelola interaksi perusahaan dengan pelanggan saat ini dan masa depan. Penerapan sistem *Customer Relationship Management* (CRM), diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah ke suatu hubungan mitra yang berkelanjutan.

Istilah CRM dipakai untuk menggambarkan berbagai aplikasi perangkat lunak yang digunakan untuk mengoptimalkan fungsi pemasaran, penjualan dan pelayanan kepada pelanggan. *Costumer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu aktivitas dari *Public Relations* (PR). Aktivitas *Public Relations* merupakan manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. CRM merupakan salah satu aktivitas dari *Public Relations* (PR) sehingga hal ini perlu diteliti dan dipelajari lebih lanjut.¹⁴

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai “**Kontribusi Artificial Intelligence (AI) Dalam Costumer Relations Management (CMR) PT. Prudential Cabang Pekanbaru**”.

B. Penegasan Istilah

Penegasan istilah atau dengan kata lain definisi konseptual adalah untuk memberikan dan memperjelas makna atau arti istilah-

Assurance Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi Strata 1, Pekanbaru, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020).

¹³Reza Dea Yogaswara, “Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta,” *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi* Vol 10, No 1 (September 2019).

¹⁴*Ibid.*, hlm : 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan menyebar sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

istilah yang di teliti secara konseptual atau sesuai dengan kamu bahasa agar tidak salah menafsirkan permasalahan yang sedang dalam memahami judul penelitian tentang **“Kontribusi Artificial Intelligence (AI) dalam Costumer Relations Management (CMR) PT. Prudential Cabang Pekanbaru”**. Maka penulis perlu untuk memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut :

1. Artificial Intelligence (AI)

Artificial Intelligence (AI) atau Kecerdasan Buatan merupakan sebuah simbol munculnya era revolusi industri 4.0 yang diyakini memberikan kemudahan kepada penggunaanya, baik itu di sector pemerintahan ataupun di sektor industri. Dengan bantuan *Artificial Intelligence* (AI) atau Kecerdasan Buatan seseorang dapat dengan mudah menghubungkan setiap perangkat tanpa harus berada di tempat, atau merumuskan suatu kejadian atau kondisi tertentu dengan bantuan *Artificial Intelligence* (AI).¹⁵

Sejak awal penggunaan istilah *Artificial Intelligence* (AI) didefinisikan tahun 1956, AI secara sederhana bisa dipahami sebagai : *Pertama*, AI dipahami sebagai kemampuan mesin untuk melakukan tugas yang biasanya membutuhkan pemahaman seperti manusia. *Kedua*, AI adalah kumpulan teknologi canggih yang memungkinkan mesin merasakan, memahami, bertindak dan belajar. *Ketiga*, AI merupakan aplikasi teknologi canggih dimana mesin menunjukkan fungsi kognitif manusia seperti pembelajaran, analisis dan penyelesaian masalah.^{16,17}

2. Costumer Relationship Management (CRM)

Costumer Relationship Management (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan adalah kombinasi dari sekelompok orang, proses dan teknologi yang berusaha untuk memahami dan memenuhi keinginan pelanggan perusahaan. Hal ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengelola hubungan pelanggan dan bagaimana pengembangan hubungan

¹⁵Reza Dea Yogaswara, “Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta.”

¹⁶J. Valin, “Humans Still Needed: An Analysis Of Skills And Tools In Public Relations,” *Chartered Institute Of Public Relations*, 2018.

¹⁷Assyari Abdullah, “Public Relations In The Era Of Artificial Intelligence: Peluang Atau Ancaman?,” *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora) Social And Political Science Faculty, Universitas Muhammadiyah Ponorogo* Vol 08 No.2 (July 2, 2020).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut. CRM telah berkembang dari kemajuan teknologi informasi dan perubahan organisasi dalam proses yang berpusat pada pelanggan. Perusahaan yang berhasil menerapkan CRM akan mendapat dampak positif dalam hal loyalitas pelanggan dan keuntungan jangka panjang.

Utami mendefinisikan CRM adalah Suatu proses interaktif yang mengubah data-data pelanggan kedalam kesetiaan pelanggan melalui beberapa kegiatan, yaitu mengumpulkan data pelanggan, menganalisis data pelanggan tersebut dan mengidentifikasi target pelanggan, mengembangkan program CRM, dan menerapkan program CRM.¹⁸

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah pendekatan untuk mengelola interaksi perusahaan dengan pelanggan saat ini dan masa depan. Penerapan sistem Customer Relationship Management (CRM), diharapkan mampu membuat pelanggan menjadi setia kepada perusahaan sehingga hubungan yang terjadi tidak hanya hubungan antara penjual dan pembeli, tetapi lebih mengarah ke suatu hubungan mitra.

3. PT. Prudential

PT Prudential *Life Assurance* merupakan salah satu perusahaan asuransi yang ada di Indonesia yang memiliki jumlah nasabah cukup banyak. Didirikan pada tahun 1995, Prudential Indonesia berkantor pusat di Jakarta serta memiliki kantorpemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam, dan Semarang.¹⁹

Sampai dengan periode 31 Desember 2020, dua juta delapan ratus ribu tertanggung dilayani oleh lebih dari 243.000 tenaga pemasar berlisensi di 371 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Indonesia termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam, dan Bali. Perseroan juga berhasil menorehkan pencapaian utama bisnis sebagai ini dengan total pendapatan premi Rp23,7 triliun, total kontribusi dana tabarru

¹⁸ Chistina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2010).

¹⁹ Indra Wijaya, "Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Asuransi Prulink Syariah Edu Protection Di Pt. Prudential Life Assurance Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Islam."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rp0.8 triliun, total aset Rp76,3 triliun, total aset investasi Rp70,2 triliun, dan total klaim dibayarkan Rp12,8 triliun.²⁰

Sebagaisalah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia, PT. Prudential meraih 34 penghargaan sepanjang tahun 2020. Salah satunya pada bulan bulan Maret, TOP Digital Company Award sebagai yang Membangun Transformasi Digital Terbaik pada kategori "Asuransi Jiwa (aset diatas Rp20 Triliun)", bulan Mei Indonesia Virtual Award - Corporate Branding PR Award 2020 & PR Person of the Year untuk kategori "Asuransi Jiwa di atas Rp10 Triliun".²¹

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

D. Tujuan Peneliti

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

E. Kegunaan Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

Adapun kegunaan penulis maksud dalam penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut:

²⁰PT. Prudential Life Assurance, "PRULink Laporan Keuangan Tahun 2020," *Laporan Keuangan Tahun 2020*, n.d.

²¹PT. Prudential Life Assurance.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kegunaan Akademis
 - a. Kegunaan penelitian ini untuk mengembangkan ilmu komunikasi dan melatih peneliti dalam menerapkan teori-teori yang telah di dapat di bangku perkuliahan.
 - b. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Sebagai pengetahuan tentang bagaimana Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan bidang Ilmu Komunikasi khususnya budaya yang terdapat dalam sebuah lembaga/organisasi sebagai bagian dari proses belajar sehingga dapat memahami dan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya mengenai fenomena dalam penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mudah mengetahui pembahasan penulisan ini, secara sistematis penulisannya dibagi menjadi enam bab, yang terdiri dari beberapa sub. Adapun sistematika yang dimaksud sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang permasalahan dalam penelitian ini, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang beberapa kajian terdahulu, *literature Review* atau landasan teori, dan kerangka pemikiran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menguraikan gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah, visi dan misi, serta struktur organisasi.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan tentang rangkuman atau kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta saran-saran kepada pihak terkait hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini antara lain :

- Pertama*, Penelitian yang dilakukan oleh Vasja Roblek, Maja Mesko, dan Alojz Krapez dengan judul “A Complex View of Industry 4.0”. Dipublikasikan oleh jurnal Internasional SAGE Open. Volume 6, Issue 2. Pada tanggal 20 April 2016. Jurnal ini membahas pentingnya dan pengaruh Industri 4.0 serta akibat teknologi yang terhubung ke internet untuk penciptaan nilai tambah bagi organisasi dan masyarakat. Dengan perkembangan Internet, hal-hal yang berkaitan dengan internet sangat penting bagi revolusi industri baru yang dikenal dengan Industri 4.0. Tujuan penulisan ini adalah untuk mensintesis teori dan praktik yang diketahui dari Industri 4.0, serta untuk menyelidiki perubahan yang dihasilkan dari Industri 4.0 dan perkembangan *Internet of Things* (IoT). Hasil dari penelitian ini adalah pentingnya dan pengaruh Industri 4.0 serta akibat teknologi yang terhubung ke internet untuk penciptaan nilai tambah bagi organisasi dan masyarakat.²²
- Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Injazz J. Chen dan Karen Popovich, dengan judul “Understanding customer relationship management (CRM) People, process and technology”. Dipublikasikan oleh jurnal Internasional *Emerald. Business Process Management Journal*. Vol. 9 No. 5. Tahun 200. Penelitian ini membahas tentang bagaimana memahami manajemen hubungan pelanggan atau yang dikenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM) yang berhubungan dengan orang, proses dan teknologi. Hasil dari penelitian ini adalah Manajemen hubungan pelanggan adalah pendekatan komprehensif memaksimalkan hubungan dengan semua

²²Vasja Roblek, Maja Meško, and Alojz Krapež, “A Complex View of Industry 4.0,” *SAGE Open* 6, no. 2 (April 20, 2016): 215824401665398, <https://doi.org/10.1177/2158244016653987>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan, termasuk Internet atau "e-customer", dan pemasok. Mengenal setiap pelanggan melalui teknik penggalian data dan strategi bisnis yang berpusat pada pelanggan mampu membantu organisasi secara proaktif dan konsisten menawarkan (dan menjual) lebih banyak produk dan layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam periode waktu yang lebih lama.²³

Ketiga,

Penelitian yang dilakukan oleh Ciprian Matl dan Liviu Ilie dengan judul "Customer Relationship Management In The Insurance Industry". Dipublikasikan oleh jurnal Internasional Procedia Economics and Finance. Volume 15 tahun 2004. Penelitian ini fokus kepada implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di perusahaan asuransi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan manfaat yang dihasilkan dari penerapan teknologi baru, sehingga memperkirakan laju perubahan, peluang baru, dan kebutuhan akan fleksibilitas dalam hubungan perusahaan dengan pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah CRM dapat membantu dalam banyak hal seperti analisis data yang terkait dengan biaya dan pendapatan klien, perilaku konsumen yang terkait dengan produk dan layanan, mengidentifikasi pelanggan yang menguntungkan dan mereka yang berpotensi, tetapi tidak dapat menggantikan tenaga kerja manusia yang dapat mengembangkan strategi unik untuk memperoleh dan membangun hubungan dengan pelanggan dan mempertahankan mereka dalam jangka panjang.²⁴

Keempat,

Penelitian yang dilakukan oleh Evi Aprilia Sari, dengan judul "Peran Pustakawan AI (Artificial Intelligence) Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Revolusi 4.0". BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan dan Informasi. Volume 3, No 1 Tahun 2019. Tujuan Penelitian ini dengan menerapkan pustakawan AI (Artificial Intelligence) sebagai pemandu pengguna dalam

²³Injazz J. Chen and Karen Popovich, "Understanding Customer Relationship Management (CRM): People, Process and Technology," *Business Process Management Journal* 9, no. 5 (October 2003): 672–88, <https://doi.org/10.1108/14637150310496758>.

²⁴Ciprian Matl, Liviu Ilie, "Customer Relationship Management in the Insurance Industry," *Elsevier B.V.: Procedia Economics and Finance* COM, 2014, 1138–45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan informasi terpadu di perpustakaan dan dapat mengelola informasi dan melayani pengguna secara efektif. Hasil dari penelitian ini adalah Penggunaan *Artificial Intelligence* sebagai guide di perpustakaan menjadi inovasi yang menarik dan unik untuk diterapkan. Pustakawan AI (artificial intelligence) menjadi guide dan translantor keinginan pengguna perpustakaan melalui layar monitor besar dengan beberapa fitur yang disesuaikan dengan subyek spesialis pada klasifikasi informasi bahan pustaka. Penerapan pustakawan AI sebaiknya direncanakan lebih matang dan menjalin kerjasama dengan pihak terkait terutama lembaga induk perpustakaan perguruan tinggi. Kelebihan dari penelitian *artificial intelligence* ini tentunya menciptakan sistem yang terintegrasi dengan kecerdasan buatan yang mampu membaca dan menganalisis kebutuhan informasi pengguna.²⁵

- Kelima,* Penelitian yang dilakukan oleh Habibatul Lutfiyah, dengan judul “Pemanfaatan Artificial Intelligence Untuk Optimalisasi Persediaan Barang Dengan Menggunakan Algoritma Genetika (Studi Kasus Apotek K24)”. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan nilai optimal berdasarkan hasil penjualan selama satu tahun. Hasil penelitian ini adalah Algoritma Genetika dapat diujicobakan untuk mendapatkan nilai optimal dari data penjualan obat, dapat mempermudah dan mempercepat penentuan proses order obat untuk persediaan bulanan apotek, aplikasi sistem ini memiliki keunggulan di sisi penggunaan waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan proses defecta yang telah berlangsung, hasil estimasi yang didapatkan tidak berbeda jauh dari beberapa sample yang telah dipaparkan.²⁶
- Keenam,* Penelitian yang dilakukan oleh Assyari Abdullah, dengan judul “Public Relations in The Era of Artificial

²⁵Evi Aprilia Sari, “Peran Pustakawan Ai (Artificial Intelligent) Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Revolusi 4.0,” *Bibliotika : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi* 3, No. 1 (May 26, 2019): 64–73, <https://doi.org/10.17977/Um008v3i12019p064>.

²⁶Habibatul Lutfiyah And , Achmad Zakki Falani, “Pemanfaatan Artificial Intelligence Untuk Optimalisasi Persediaan Barang Dengan Menggunakan Algoritma Genetika (Studi Kasus Apotek K24),” *Jurnal Link* Vol 21, No 2 (September 2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Intelligence: Peluang atau Ancaman”. Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora) Vol. 08, No.2 (2020): Juni, pp. 406 – 417 Social and Political Science Faculty, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mereview buku yang ditulis oleh Dr. N. Nurlaela Arief, MBA dengan judul “*Public Relation In The Era Of Artificial Intelligence Bagaimana Big Data & AI Merevolusi Dunia PR*”. Hasil dari penelitian ini adalah :*Pertama*, Peran PR pada *entry-level* yang diprediksi menghilang dan akan tergantikan oleh teknologi *Artificial Intelligence* dan *Big Data*. *Kedua*, Profesional PR harus menemukan cara baru untuk dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan, *stakeholder* dan klien dengan cara mengembangkan *value chain* (rantai nilai).Setidaknya terdapat lebih 100 *platform* baru berbasis AI dan *Big Data* yang harus dilakukan uji coba melalui *demo* dan *trial* sehingga menemukan *platform* yang tepat untuk kebutuhan aktivitas PR. *Ketiga*, *Skill* dasar PR dianggap paling terkait dan yang pertama kali digantikan oleh AI dan *Big Data*, sedangkan atribut yang lebih umum yang memberikan kualitas dan integritas akan lebih sulit untuk diotomatisasi dengan teknologi AI dan *Big Data*.²⁷

Kesimpulan yang bisa saya ambil adalah, penelitian yang saya lakukan dengan ke-enam penelitian terdahulu memiliki perbedaan. Penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh, pentingnya dan penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) serta tentang memahami *Costumer Relationship Management* (CRM) yang terhubung dengan orang dan teknologi. Sedangkan penelitian yang saya lakukan terfokus pada kontribusi yang dilakukan oleh teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relationship Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

²⁷Assyari Abdullah, “Public Relations in The Era of Artificial Intelligence: Peluang Atau Ancaman?”, *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora) Social and Political Science Faculty*, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Vol 08, No. 2, July 2, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Literature Review/Landasan Teori

1. Revolusi Industri 4.0

Istilah Industri 4.0 lahir dari ide revolusi industri ke empat. *European Parliamentary Research Service* menyampaikan bahwa revolusi industri terjadi empat kali. Revolusi industri pertama terjadi di Inggris pada tahun 1784 di mana penemuan mesin uap dan mekanisasi mulai menggantikan pekerjaan manusia. Revolusi yang kedua terjadi pada akhir abad ke-19 di mana mesin-mesin produksi yang ditenagai oleh listrik digunakan untuk kegiatan produksi secara massal. Penggunaan teknologi komputer untuk otomasi manufaktur mulai tahun 1970 menjadi tanda revolusi industri ketiga.²⁸

Saat ini, perkembangan yang pesat dari teknologi sensor, interkoneksi, dan analisis data memunculkan gagasan untuk mengintegrasikan seluruh teknologi tersebut ke dalam berbagai bidang industri. Gagasan inilah yang diprediksi akan menjadi revolusi industri yang berikutnya. Angka empat pada istilah Industri 4.0 merujuk pada revolusi yang ke empat.²⁹

Fenomena Industri 4.0 pertama kali disebutkan pada tahun 2011 di Jerman sebagai proposal untuk pengembangan konsep baru kebijakan ekonomi Jerman berdasarkan strategi teknologi tinggi. Negara Jerman memiliki kepentingan yang besar terkait hal ini karena Industri 4.0 menjadi bagian dari kebijakan rencana pembangunannya yang disebut *High-Tech Strategy 2020*. Kebijakan tersebut bertujuan untuk mempertahankan Jerman agar selalu menjadi yang terdepan dalam dunia manufaktur. Beberapa negara lain juga turut serta dalam mewujudkan konsep Industri 4.0 namun menggunakan istilah yang berbeda seperti *Smart Factories*, *Industrial Internet of Things*, *Smart Industry*, atau *Advanced Manufacturing*.^{30,31}

²⁸Ron Davies, "Industry 4.0 Digitalisation for Productivity and Growth," *European Parliamentary Research Service (EPRS)*, 2015, 1–10.

²⁹Hoedi Prasetyo, Wahyudi Sutopo, "Industri 4.0 : Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset," *Jurnal Teknik Industri* Vol. 13, No.1 (January 2018): hlm : 17.

³⁰Franco Mosconi, "The New European Industrial Policy. Global Competitiveness And The Manufacturing Renaissance," *London, Inggris : Routledge.*, 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Industri 4.0 adalah industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyber*. Ini merupakan tren otomatisasi dan pertukaran data dalam teknologi manufaktur. Pada era ini, industri mulai menyentuh dunia virtual, berbentuk konektivitas manusia, mesin dan data, semua sudah ada di mana-mana, atau mengenalnya dengan istilah *Internet of Things* (IoT).³²

Revolusi industri 4.0 bertumpu pada industri sebelumnya yaitu industri ketiga yang dikenal sebagai revolusi digital. Tetapi, industri 4.0 sekarang ini bukanlah kelanjutan dari revolusi industri digital, melainkan suatu revolusi transformasi baru. Pada Industri 4.0 suatu inovasi dapat berkembang dan menyebar lebih cepat, biaya produksi pada bidang industri juga dapat ditekan sehingga output pekerjaan meningkat.³³

Revolusi Industri 4.0 merupakan kemajuan teknologi baru yang mengintegrasikan ilmu fisika, digital dan biologi, dimana terdapat perubahan cara hidup kerja manusia secara pesat. Dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat dan mengalami terobosan semua disiplin ilmu, diantaranya dibidang *Artificiall Intellegent*, teknologi nano, bioteknologi, teknologi yang berbasis internet berdampak terhadap kehidupan manusia, sehingga memberikan dampak pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat.³⁴

Kemajuan teknologi baru pada industri 4.0 ini mengintegrasikan dunia fisik, digital dan biologis telah mempengaruhi semua disiplin ilmu, ekonomi, industri dan pemerintah. Bidang-bidang yang mengalami terobosoan berkat kemajuan teknologi baru diantaranya (1) robot kecerdasan buatan (*artificial intelligence robotic*), (2) bioteknologi, (3) printer 3D,

³¹Stefan Heng, "Industry 4.0: Upgrading Of Germany's Industrial Capabilities On The Horizon.," *Baden-Wuerttemberg Cooperative State University*, September 5, 2015, https://Papers.Ssrn.Com/Sol3/Papers.Cfm?Abstract_Id=2656608.

³²Delipiter Lase, "Pendidikan Di Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Sundermann*, November 7, 2019.

³³Raymond R. Tjandrawinata, "Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi," *Dexa Medica Group*, February 2, 2016.

³⁴Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi," *Jurnal Nusamba* Vol. 3 No.2 (Oktober 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan (4) teknologi berbasis internet, (5) *blok chain* (bitcoin) dan (6) teknologi komputer kuantum.³⁵

Dampak positif yang kita rasakan karna adanya revolusi industry 4.0 ini contohnya, pertarungan ojek online yang merupakan kemudahan masyarakat dalam bertransportasi dengan biaya terjangkau yang dapat diakses dengan mudah melalui internet. Hal ini sekaligus membantu peningkatan ekonomi pemerintah.³⁶

Revolusi industri 4.0 membuka peluang yang luas bagi siapapun untuk maju. Teknologi informasi yang semakin mudah diakses menyebabkan semua orang dapat terhubung didalam sebuah jejaring sosial. Futurolog Alvin Tofler (1970) memprediksi terjadinya banjir informasi menjadi realitas yang ditemukan di era revolusi industri saat ini. Informasi yang sangat melimpah ini menyediakan manfaat yang besar untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun perekonomian.³⁷

Fenomena pemakaian digital dalam kehidupan manusia di Revolusi Industri 4.0 semakin meningkat tajam. Fenomena ini dapat ditemui di berbagai keseharian masyarakat, seperti teknologi digital komputer, permainan digital, digitalisasi pemakaian mata uang (*e-money*), pemakaian media digital (*e-media*), hingga berkembang pesatnya film berbasis digital. Kesiapan menghadapi fenomena tersebut sangat diperlukan untuk menyikapi perubahan di masa mendatang.³⁸

Dalam menghadapi revolusi industri 4.0, ada beberapa hal yang harus disiapkan seperti, menyiapkan pelaksanaan pendidikan antara sumber daya manusia dan kebutuhan zaman di era revolusi industri, kemudian menyiapkan pendidikan bagi sumber daya manusia yang juga harus dibekali dengan pendidikan nilai-nilai kemanusiaan yang diajarkan oleh imu sosial *humaniora*. Ketika ilmu-ilmu eksakta berperan dalam pengembangan teknologi secara

³⁵Slamet Riyadi, "Revolusi Industri 4.0 : Peluang Dan Tantangan BagiAlumni Universitas Terbuka," *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman*, N.D.

³⁶*Ibid.*, Hlm : 3.

³⁷Jean B. McGrew, "Future Shock. Alvin Toffler. New York: Random House, 1970. 505 Pp. \$7.95," *The Bulletin Of The National Association Of Secondary School Principals* 54, No. 349 (November 1970): 123–29, <https://doi.org/10.1177/019263657005434912>.

³⁸Farid Abdullah, "Fenomena Digital Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Dimensi Dkv Seni Rupa Dan Desain* Volume 4, Nomor 1 (April 2019).*Jurnal Dimensi Dkv Seni Rupa Dan Desain*, Volume 4, Nomor 1, April 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

empiris, maka ilmu-ilmu *humaniora* tetap berperan dalam menjaga kualitas manusianya (*software/users*). Jika hal ini terjadi, maka kemajuan teknologi sebagai anak kandung ilmu pengetahuan dapat memberikan dampak positif bagi peradaban manusia itu sendiri.³⁹

Berbagai tantangan yang harus dihadapi industri 4.0 seperti, masalah keamanan teknologi informasi, keandalan stabilitas mesin produksi, kurangnya keterampilan yang memadai, dan hilangnya banyak pekerjaan karena berubah menjadi otomatisasi. Hilangnya pekerjaan menyebabkan pengangguran terjadi, dimana tingkat pengangguran pada bulan Februari 2020, terdapat 60 ribu jiwa dari total 137,91 juta orang angkatan kerja (Sumber : BPS 2020).⁴⁰

Revolusi industri 4.0 dalam lima tahun mendatang akan menghapus 35 persen jenis pekerjaan. Bahkan pada 10 tahun yang akan datang jenis pekerjaan yang akan hilang bertambah menjadi 75 persen. Hal ini disebabkan pekerjaan yang diperankan oleh manusia setahap demi setahap digantikan dengan teknologi digitalisasi program.⁴¹

Ada beberapa prinsip desain industri 4.0 sebagai berikut pertama, interkoneksi yaitu kemampuan mesin, perangkat sensor dan orang untuk terhubung dan berkomunikasi satu sama lain melalui *Internet Of Thing* (IoT), prinsip ini membutuhkan kolaborasi keamanan dan standar. Kedua, transparansi informasi merupakan kemampuan sistem informasi untuk menciptakan salinan virtual dunia fisik dengan memperkaya model digital dengan data sensor termasuk data dan penyediaan informasi. Ketiga, bantuan teknis yang meliputi kemampuan sistem bantuan untuk mendukung manusia dengan menggabungkan dan mengevaluasi informasi secara sadar untuk membuat keputusan yang tepat dan memecahkan masalah mendesak dalam waktu

³⁹Banuprasetyo, Umi Trisyanti, "Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial," *Prosiding Semateksos* 3, Hlm., 25.

⁴⁰Badan Pusat Statistik, "Februari 2020: Tingkat Pengangguran Terbuka (Tpt) Sebesar 4,99 Persen," Mei 2020, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1672/februari-2020--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-99-persen.html>.

⁴¹Erfanto Linangkung, "Revolusi Industri, 75% Jenis Pekerjaan Akan Hilang," *Sindo News*, February 27, 2017, <https://ekbis.sindonews.com/Berita/1183599/34/Revolusi-Industri-75-Jenis-Pekerjaan-Akan-Hilang>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

singkat. Keempat, keputusan terdesentralisasi yang merupakan kemampua sistem fisik maya untuk membuat keputusan sendiri dan menjalankan tugas seefektif mungkin.⁴²

Deloitte telah mengidentifikasi tiga area utama di mana Industri 4.0 dapat memberikan dampak paling besar yaitu :

a. Produk

Teknologi industri 4.0 dapat mengubah cara produk dirancang dan dikembangkan. Teknologi yang terhubung juga dapat menghasilkan produk dan layanan yang baru.

b. Supply Chain (Pemasok)

Setiap perusahaan memiliki pemasok, walaupun bentuknya unik tergantung kebutuhan operasional. Apakah pemasok tersebut terdiri dari bahan, bagian, dan materi atau data fisik lainnya, informasi, dan keahlian organisasi bergantung pada industri 4.0. Industri ini dapat menciptakan peluang baru untuk inovasi dan pertumbuhan.

c. Pelanggan

Informasi pelanggan yang dikumpulkan memungkinkan sistem yang terhubung dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, penjualan langsung dan strategi pemasaran, dan lebih memungkinkan perusahaan dan mitra mereka untuk menawarkan dukungan penjual kepada pelanggan, serta memperkuat hubungan pelanggan.⁴³

Dampak Industri 4.0 pada pekerja ada beberapa bentuk, teknologi digital dan pintar dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan pekerjaan pekerja serta mempermudah tugas mereka. Kontribusi yang dilakukan dapat meningkat lebih dari itu menjadi kerjasama yang lebih luas di mana teknologi bekerja bersama manusia. Masing-masing memanfaatkan kekuatan yang melekat untuk mencapai hasil yang lebih besar daripada yang dapat dicapai sendiri. Pekerja juga dapat peran yang baru, sama seperti mereka mengaktifkan produk dan layanan baru.⁴⁴

Ada beberapa hambatan industri 4.0 seperti, kurangnya tenaga kerja terampil, konflik antar pekerja karena perubahan

⁴²Slamet Riyadi, "Revolusi Industri 4.0 : Peluang Dan Tantangan Bagi Alumni Universitas Terbuka." *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman*

⁴³*Forces of Change : Industry 4.0* (Deloitte series, n.d.). hlm : 6

⁴⁴*ibid.*, hlm : 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungan kerja, kekurangan sumber daya keuangan, keamanan data, standardisasi rendah, pemahaman yang buruk tentang integrasi, dan arsitektur sistem adalah kendala utama dalam implementasi Industri 4.0. Tetapi, hambatan yang paling utama adalah kualitas pendidikan yang masih rendah.⁴⁵

2. Artificial Intelligence

a. Definisi *Artificial Intelligence*(AI)

Artificial Intelligence (AI) atau Kecerdasan Buatan merupakan sebuah simbol munculnya era revolusi industri 4.0 yang diyakini memberikan kemudahan kepada penggunaannya, baik itu di sector pemerintahan ataupun di sector industry. Dengan bantuan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) seseorang dapat dengan mudah menghubungkan setiap perangkat tanpa harus berada di tempat, atau merumuskan suatu kejadian atau kondisi tertentu dengan bantuan *Artificial Intelligence* (AI).⁴⁶

Artificial intelligence (AI) atau kecerdasan buatan merupakan kecerdasan yang ditambahkan pada suatu sistem atau dengan kata lain kemampuan sistem untuk menafsirkan data eksternal dengan benar serta mengelola data tersebut dan menggunakan hasil olahan tersebut untuk suatu tujuan tertentu.^{47,48}

Artificial Intelligence (AI) adalah kemampuan mesin untuk melakukan tugas yang biasanya membutuhkan pemahaman seperti manusia.⁴⁹ AI merupakan aplikasi teknologi canggih dimana mesin

⁴⁵D. Horváth & Szabó, "Driving Forces and Barriers of Industry 4.0: Do Multinational and Small and Medium-Sized Companies Have Equal Opportunities?," *Technological Forecasting and Social Change*, 132 119.

⁴⁶Reza Dea Yogaswara, "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta."

⁴⁷Margaret A. Goralski And Tay Keong Tan, "Artificial Intelligence And Sustainable Development," *The International Journal Of Management Education* 18, No. 1 (March 2020): 100330, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100330>.

⁴⁸Weslei Gomes De Sousa Et Al., "How And Where Is Artificial Intelligence In The Public Sector Going? A Literature Review And Research Agenda," *Government Information Quarterly* 36, No. 4 (October 2019): 101392, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.07.004>.

⁴⁹Wharton, "Vishal Sikka: Why AI Needs A Broader, More Realistic Approach." *Knowladge@Warthon*. 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan fungsi kognitif manusia seperti pembelajaran, analisis dan pemecahan masalah.⁵⁰

Artificial Intelligent (AI) atau Kecerdasan Buatan ini telah berevolusi dengan sangat cepat. Berbagai aspek dan sisi kehidupan sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Beberapa sisi kehidupan yang telah diisi dengan kecerdasan buatan. Perkiraanya, semua sisi kehidupan kemanusiaan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kecerdasan buatan.⁵¹

Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan merupakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengemuka dalam sepuluh tahun terakhir. Pemanfaatan AI oleh industri tidak hanya terbatas di sektor industri telekomunikasi, namun juga di sektor perbankan, manufaktur, jasa, bahkan di sektor pemerintah. Di beberapa negara, implementasi AI sudah mencapai hampir 56%, terutama pada sektor industri.⁵²

Beberapa penelitian mengemukakan bahwa Eropa dan AS merupakan negara pionir dalam pengaplikasian AI.⁵³ Negara maju seperti AS dan China juga merupakan negara yang mengaplikasikan teknologi AI, negara ini sering terlibat dalam penelitian. AI bukan hanya tentang robot, tetapi AI juga tentang memahami sifat pemikiran dan tindakan cerdas menggunakan komputer sebagai perangkat eksperimental.⁵⁴

Dampak positif dari pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) adalah menghemat waktu serta meningkatkan kualitas hasil proses atau layanan. Untuk negara berkembang, pemanfaatan *Artificial Intelligence*

⁵⁰J. Valin, "Humans Still Needed: An Analysis Of Skills And Tools In Public Relations." *Chartered Institute of Public Relations*. 2018

⁵¹Polytechnic University Institute "Santiago Mariño," Barinas, Venezuela Et Al., "Teaching Artificial Intelligence And Robotics To Undergraduate Systems Engineering Students." *International Journal Of Modern Education And Computer Science*. Vol 11

⁵²Tatjana Vasiljeva, Sabina Shaikhulina, And Karlis Kreslins, "Cloud Computing: Business Perspectives, Benefits And Challenges For Small And Medium Enterprises (Case Of Latvia)," *Procedia Engineering* 178 (2017): 443–51, <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.01.087>.

⁵³Sousa Et Al., "How And Where Is Artificial Intelligence In The Public Sector Going?"

⁵⁴*Ibid.*, Hlm 124

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(AI) masih banyak mengalami tantangan karena membutuhkan investasi yang cukup tinggi dan menyebabkan pengurangan tenaga kerja yang dapat berakibat pengangguran.⁵⁵

b. Sejarah *Artificial Intelligence*(AI)

Di awal abad 20, seorang penemu Spanyol, Torres y Quevedo, membuat sebuah mesin yang dapat mengalahkan raja lawannya dengan sebuah ratu dan raja. Perkembangan secara sistematis kemudian dimulai segera setelah ditemukannya komputer digital. Artikel ilmiah pertama tentang Kecerdasan Buatan ditulis oleh Alan Turing pada tahun 1950, dan kelompok riset pertama dibentuk tahun 1954 di Carnegie Mellon University oleh Allen Newell and Herbert Simon.⁵⁶

Pada tahun 1956 sekelompok pakar komputer, dan peneliti dari ilmu lain dari berbagai kalangan berkumpul di Dartmouth College untuk membahas potensi komputer dalam rangka menirukan atau mensimulasi kepandaian manusia. Beberapa ilmuwan yang terlibat adalah Allen Newel, Herbert Simon, Marvin Miskey, Oliver Selfridge, dan John McCarthy. Sejak saat itu, para ahli mulai bekerja keras untuk membuat, mendiskusikan, merubah dan mengembangkan sampai mencapai titik kemajuan maksimal.⁵⁷

Awalnya, kecerdasan buatan hanya ada di universitas dan laboratorium penelitian, tetapi akhir tahun 1970-an dan awal tahun 1980-an, mulai dikembangkan secara maksimal dan hasilnya secara berangsur-angsur mulai dipasarkan. Saat ini, sudah banyak hasil penelitian yang sudah dan sedang proses dikonversikan menjadi

⁵⁵Intergovernmental Panel on Climate Change, ed., "Summary for Policymakers," in *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis* (Cambridge: Cambridge University Press, 2014), 1–30, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

⁵⁶Balza Achmad, "Diktat Matakuliah Kecerdasan Buatan," *Yogyakarta, Jurusan Teknik Fisika Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mad*, 2006, 25.

⁵⁷Victor Amrizal, Qurrotul Aini, *Kecerdasan Buatan* (Jakarta: Halaman Moeka Publishing, 2013).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk nyata yang membawa keuntungan bagi pemakainya.⁵⁸

Definisi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI), menurut beberapa pakar:

- 1) Schalkoff (1990) mendefinisikan AI sebagai bidang studi yang menerangkan dan meniru perilaku cerdas dalam bentuk proses komputasi.
- 2) Rich dan Knight (1991) mendefinisikan AI adalah pembelajaran tentang caramengolah komputer melakukan sesuatu yang dapat dilakukan lebih baik dari manusia itu sendiri.
- 3) Luger dan Stubblefield (1993) mendefinisikan AI sebagai cabang ilmu komputer yang berhubungan dengan otomasi perilaku yang cerdas.
- 4) Haag dan Keen (1996) AI adalah bidang studi yang berhubungan dengan penangkapan, pemodelan, dan penyimpanan kecerdasan manusia dalam sebuah sistem teknologi informasi sehingga sistem tersebut dapat memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang biasanya dilakukan oleh manusia.⁵⁹

Artificial Intelligence merupakan ilmu komputer (*computer science*) yang khusus ditujukan untuk membuat perangkat lunak dan perangkat keras yang sepenuhnya bisa menirukan beberapa fungsi otak manusia atau cabang ilmu komputer yang mempelajari otomatisasi tingkah laku cerdas (*intelligent*).⁶⁰

Awalnya komputer hanya mengolah data, kemudian menghasilkan informasi untuk pengambilan keputusan. Seiring dengan perkembangan, saat ini komputer dapat mengolah pengetahuan sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat dan akurat.⁶¹

Faktor pendorong bagi terlaksananya aplikasi Kecerdasan Buatan adalah:

⁵⁸ *Ibid.*, hlm : 1-2

⁵⁹ Victor Amrizal, Qurrotul Aini, *Kecerdasan Buatan*.

⁶⁰ Franycia Maria Pangkey, M. Furkan, Edy Herman, "Pengaruh Artificial Intelligence Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen," *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram* Vol 8, No. Issue 3 (September 2019).

⁶¹ Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi." *Jurnal Nusamba*. Volume 3 No. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Pesatnya perkembangan teknologi perangkat keras.
Hampir semua aplikasi Kecerdasan Buatan memerlukan perangkat keras yang memiliki kecepatan daya tampung yang lebih tinggi, walaupun hanya menjalankan perangkat lunak Kecerdasan Buatan yang paling sederhana sekalipun. Di samping itu, harga perangkat keras yang dengan kemampuan lebih memiliki harga yang relatif semakin murah.
 - 2) Pengembangan perangkat lunak Kecerdasan Buatan
Dewasa ini bahasa dan alat pemrograman baru yang lebih canggih sudah banyak dikembangkan dan dipasarkan secara luas, termasuk bahasa khusus untuk kecerdasan buatan.
 - 3) Perkembangan khusus komputer Pribadi (*Personal Computer / PC*).
Sekarang sudah sangat banyak orang menggunakan komputer mikro (*micro computer*) khususnya komputer pribadi baik di sekolah, perusahaan atau bahkan di rumah yang menyebabkan permintaan mereka akan perangkat lunak yang lebih unggul untuk pekerjaan mereka.
 - 4) Turut andilnya para investor dalam mendanai penelitian dan pengembangan teknologi kecerdasan buatan.
Hal ini mengakibatkan terjadinya semacam tekanan di kalangan masyarakat kecerdasan buatan untuk berlomba-lomba dalam mempercepat gerak dan langkah penelitiannya dan segera memproduksi kecerdasan buatan dalam waktu yang singkat.⁶²
Kemudian terdapat 2 hal penting yang dibutuhkan dalam pembuatan aplikasi kecerdasan buatan, yaitu :
 - 1) Pengetahuan dasar, yang meliputi teori, fakta-fakta, pemikiran dan kaitannya antar satu sama lainnya.
 - 2) Inferensi Mesin, yaitu kemampuan menarik kesimpulan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman.
- Salah satu program dari *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan) adalah *Chatbot*. *Chatbot* dirancang

⁶²Victor Amrizal, Qurrotul Aini, *Kecerdasan Buatan*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk berkomunikasi langsung dengan manusia. *Chatbot* merupakan sistem yang diprogram dengan data bahasa sederhana, yang secara otomatis dapat memberi jawaban langsung kepada pelanggan selama 24 jam dalam format teks. Interaksi yang dilakukan antara chatbot dengan pelanggan bersifat terbatas dan sementara.⁶³

Sejarah *chatbot* dimulai tahun 1950-an dan 1960-an, ketika ilmuwan komputer Alan Turing dan Joseph Weizenbaum bekerja sama mengembangkan komputer yang dapat berkomunikasi seperti manusia. Mereka melakukan eksperimen seperti uji Turing klasik dan, kemudian menemukan program *chatbot* pertama, Eliza. Meskipun eksperimen awal ini tidak dapat dilakukan, tetapi perkembangan teknologi yang baru ini telah memperluas bidang apa yang mungkin dilakukan dengan *chatbot*.⁶⁴

Chatbot pada dasarnya memiliki 2 komponen utama yaitu Chat yang dapat diartikan sebagai pembicaraan dan Bot merupakan sebuah program yang mengandung sejumlah data, jika diberikan masukan maka akan memberikan jawaban. *Chatbot* dapat menjawab pertanyaan dengan membaca tulisan yang diketikkan oleh pengguna melalui keyboard.⁶⁵

Chatbot berperan besar dalam meningkatkan nilai pelanggan. Karena *Chatbot* lah yang pertama kali berkomunikasi dengan pelanggan dalam format teks yang diharapkan mampu menggantikan peran *Customer Service*. *Chatbots* merupakan cara yang efisien untuk memberikan informasi kepada pelanggan yang didasarkan pada penggunaan kecerdasan buatan dari data pelanggan

⁶³Mikko Riikkinen, Hannu Saarijärvi, Peter Sarlin, Ilkka Lähtenmäki, "Using Artificial Intelligence to Create Value in Insurance," *International Journal of Bank Marketing*, 2018.

⁶⁴Ananda Dwi R , Firdha Imamah , Yusuf Mei Andre S, Ardiansyah, "Aplikasi Chatbot (Milki Bot) Yang Terintegrasi Dengan Web Cms Untuk Customer Service Pada Ukm Minsu," *Jurnal Cendikia* Vol. Xvi (2018).

⁶⁵*Ibid.*, hlm : 101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang ada, seperti pertanyaan pelanggan sebelumnya, data transaksi yang sesuai, atau data pasar yang berhubungan.⁶⁶

Sekarang ini, sistem *chatbot* sudah semakin berkembang, serta penggunaannya juga semakin luas. Industry seperti Messenger di Facebook, siri Apple, Whatsapp, Shopee, Unilever hingga Halodoc juga menggunakan *chatbot*. Karena penggunaannya yang mudah serta menghemat pengeluaran, maka peran *Costumer Service* hampir tergantikan keberadaannya.⁶⁷

c. Urgensi *Artificial Intelligence* (AI)

Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) saat ini sebagian besar peranannya diterapkan pada Sistem Robotika. Robot merupakan suatu mesin yang telah dirancang untuk melakukan berbagai macam aktifitas tanpa adanya campur tangan manusia. Pentingnya kecerdasan buatan dalam kehidupan manusia sendiri karena adanya kegiatan dan pelayanan kebutuhan masyarakat dengan menggunakan sistem komputerisasi di tempat kerjanya masing-masing. Juga untuk mengembangkan *Software* atau perangkat lunak komputer untuk dapat berkembang lebih maju dan lebih baik lagi.⁶⁸

Pembelajaran kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) ini penting dilakukan sebagai pendamping dan untuk memperlancar pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat pada *fresh graduated* yang bekerja sesuai dengan bidang ilmunya, akan lebih meningkatkan kepuasan masyarakat yang memerlukan pelayanan dengan teknologi komputer. Sehingga dapat dilayani secara lancar dan lebih efisien sehingga hasilnya lebih memuaskan. Disamping itu untuk meningkatkan kemampuan dan

⁶⁶Ananda Dwi R , Firdha Imamah , Yusuf Mei Andre S, Ardiansyah, “Aplikasi Chatbot (Milki Bot) Yang Terintegrasi Dengan Web Cms Untuk Customer Service Pada Ukm Minsu,” *Jurnal Cendikia* Vol. Xvi (2018).

⁶⁷Eka Yuniar Dan Heri Purnomo, “Implementasi Chatbot ‘ Alitta’ Asisten Virtual Dari Balittas Sebagai Pusat Informasi Di Balittas,” *Jurnal Ilmiah Teknik Informatik* Vol. 12 No. 1 (Mei 2019).

⁶⁸Novianti Indah Putri, Zen Munawar, “Mekanisme Umum Untuk Sistem Kecerdasan Buatan,” *Jurnal Informatika – Computing* Volume 06 Nomor 02 (Desember 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

prestasi mahasiswa dalam menyumbangkan ide dan bakatnya terkait pengembangan ataupun penciptaan *software* yang diaplikasikan dibidang sistem komputerisasi.⁶⁹

Sistem kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) penting sebagai sistem perangkat lunak khusus yang diprogram secara otomatis untuk melakukan tugas-tugas tertentu dan didefinisikan dengan baik dalam lingkungan yang spesifik, baik menggunakan pembelajaran mesin, penalaran, statistik pemrosesan, atau masalah penargetan yang secara konvensional diperlukan beberapa tingkat kontrol manusia. Sistem kecerdasan buatan tidak akan berfungsi di domain yang tidak dirancang untuk tanpa perubahan besar atau desain ulang. Selama beberapa dekade, sistem kecerdasan buatan telah berhasil digunakan dalam berbagai industri dengan diprogram agar memiliki kemampuan khusus. Sistem ini mampu menyelesaikan masalah nyata dalam lingkungan yang banyak di antaranya menghasilkan informasi.⁷⁰

Pada dasarnya kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) adalah suatu pengetahuan yang membuat komputer dapat meniru kecerdasan dan kemampuan manusia. Sehingga, komputer mampu melakukan hal-hal yang dikerjakan manusia dalam pelayanannya. Misalkan melakukan analisa penalaran untuk mengambil suatu kesimpulan, mampu menterjemahkan beberapa bahasa.⁷¹

Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) merupakan suatu bagian dalam bidang sains komputer yang mengkaji tentang bagaimana untuk melengkapi sebuah komputer dengan kemampuan atau kepintaran yang mirip bahkan melampaui manusia. Contoh, komputer mampu belajar sendiri dari pengalaman dan data-data yang telah dikumpulkannya, bagaimana komputer mampu

⁶⁹Ir. Suhandi, M.Kom, "Manfaat Pembelajarankecerdasan Buatan Dan Aplikasinya Bagi Mahasiswa Informatika Dan Komputer," N.D.

⁷⁰Scott A. Wright and Ainslie E. Schultz, "The Rising Tide of Artificial Intelligence and Business Automation: Developing an Ethical Framework," *Business Horizons* 61, no. 6 (November 2018): 823–32, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.07.001>.

⁷¹Ir. Suhandi, M.Kom, "Manfaat Pembelajaran Kecerdasan Buatan Dan Aplikasinya Bagi Mahasiswa Informatika Dan Komputer."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkomunikasi dan mengucapkan kata demi kata. Dengan kemampuan ini, nantinya komputer diharapkan mampu mengambil keputusan sendiri untuk berbagai kasus yang ditemuinya.⁷²

Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) juga mampu memecahkan masalah tertentu, hal ini disebut dengan *expert system*, atau sistem pakar. Misalnya bagaimana seorang dokter mengatakan penyakit seseorang, mulai dari tanya jawab, pemeriksaan kondisi tubuh seperti mata, tekanan darah, suhu tubuh dan sebagainya. Langkah-langkah ini berusaha diterapkan ke komputer dan sistem kerja robotika yang mampu berpikir seperti pakar tersebut.⁷³

Artificial Intelligence dalam berbagai sektor, yaitu :

1) Sektor Bioinformatika

High Performance Computing (HPC) digunakan untuk membantu memudahkan pekerjaan dalam berbagai bidang ilmu, salah satunya dalam bidang Bioinformatika. Bioinformatika merupakan salah satu cabang baru ilmu biologi yang merupakan perpaduan antara biologi dan teknologi informasi. Teknik yang paling efisien dalam menyelesaikan kasus Bioinformatika adalah *Graphic Processing Unit* (GPU). Tetapi, teknik yang paling banyak digunakan adalah teknik *Clustering* karena dapat menghemat biaya, memiliki kecepatan yang tinggi, dan memiliki perangkat lunak yang terdistribusi dengan baik.⁷⁴

2) Lembaga Pemerintahan

Teknologi *Big Data* banyak dimanfaatkan dalam penyelenggaraan meningkatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat. *Big Data* dapat mendukung perwujudan *smart city*. Beberapa lembaga pemerintah di Indonesia yang sudah mulai

⁷²*Ibid.*, Hlm : 8

⁷³Reza Dea Yogaswara, "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta." *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*. Vol 10, No 1. Januari-September 2019.

⁷⁴Kirana Rukmayuninda Ririh, Nur Laili, Adityo Wicaksono, Silmi Tsurayya, "Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) Di Indonesia." *Undip: Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15, No. 2, Mei 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memanfaatkan teknologi *Big Data*, diantaranya yaitu Pemerintah Kota Bandung, Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP), Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, dan Badan Informasi Geospasial (BIG).⁷⁵

3) *Artificial Intelligence* (AI) dalam Bisnis

Perusahaan Telkom membuat program yang diberi nama digital Amoeba. Program ini merupakan program inkubator Telkom Indonesia yang memungkinkan karyawan Telkom untuk mendirikan digital startup sendiri. Saat ini Telkom telah memiliki 150 binaan internal digital startup. Seluruh digital *startup* Amoeba menawarkan solusi bisnis yang dapat menjadi layanan baru Telkom Group ke depan.

Produk digital *startup* Amoeba yang telah berhasil dikembangkan diantaranya, *Arkademy* (platform pendidikan online untuk SMA/SMK, *bootcamp*, dan sertifikasi), *The Big Box* (platform big data), *Smart Eye* (jasa virtual reality dan augmented reality). Target utama pengguna produk/jasa inovasi Telkom yaitu *corporate*. Produk digital startup Amoeba masih dijual terbatas di dalam negeri, tetapi produknya sudah ada yang mendapatkan penghargaan internasional. Lisensi produk diberikan dalam bentuk *Software as a Service* (SaaS) dan *Platform as a Service* (Paas).⁷⁶

d. Kemampuan *Artificial Intelligence*

Di Indonesia, kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* banyak dimanfaatkan oleh berbagai industri diantaranya industri pendidikan, kesehatan, manufaktur, jasa, dan produk. Selain industri manufaktur yang sudah banyak yang mengimplementasikan kecerdasan buatan di sektor produksi, sekolah ikut serta memanfaatkan kecanggihan dari kecerdasan buatan sistem penilaian hasil pembelajaran dengan menggunakan kecerdasan buatan. Lembaga pemerintah juga turut menggunakan kecerdasan

⁷⁵*Ibid.*, Hlm : 125

⁷⁶*Ibid.*, Hlm : 126

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

buatan dalam menjalankan fungsi sebagai regulator pemerintahan. Dampak positif dari implementasi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* adalah berkurangnya waktu tunggu dan meningkatkan kualitas hasil proses atau layanan.⁷⁷

Kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) di Indonesia banyak di manfaatkan oleh perusahaan multinasional seperti Google Alphabet dan Facebook, perusahaan telekomunikasi PT. Telkom Tbk., PT. Telkom Sigma, dan PT. XL Axiata Tbk., startup seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan BukaLapak.⁷⁸

Dalam perkembangannya, *startup* memiliki peran yang cukup strategis untuk akselerasi proses adopsi teknologi AI di Indonesia. Tumbuhnya *startup* AI juga akan menarik talenta-talenta potensial baik domestik maupun internasional yang mendorong dinamika ekosistem industri AI. Oleh karena itu, *startup* AI harus terus dikembangkan dan didukung demi tumbuhnya *startup* berbasis AI.⁷⁹

Sekarang ini, perkembangan AI sudah mencapai pada tahap yang dapat dikatakan fantastis, terutama di bidang-bidang seperti *Game Playing*, *General Problem Solving*, *Natural Language Recognition*, *Speech Recognition*, *Visual Recognition*, *Robotics*, dan Sistem Pakar.⁸⁰

e. Keuntungan *Artificial Intelligence*

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi mengalami pertumbuhan yang sangat pesat memberikan dampak positif bagi umat manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang sampai saat ini terus

⁷⁷Kirana Rukmayuninda Ririh, Nur Laili, Adityo Wicaksono, Silmi Tsurayya, "Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Di Indonesia." *Undip: Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15, No. 2, Mei 2020

⁷⁸*Ibid.*, Hlm : 124

⁷⁹Yogaswara, "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta." *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Vol 10

⁸⁰Novianti Indah Putri, Zen Munawar, "Mekanisme Umum Untuk Sistem Kecerdasan Buatan."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkembang yaitu internet. Secara langsung mempengaruhi kebutuhan pokok akan informasi dalam kehidupan manusia saat ini karena semua informasi sangat mudah didapat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi informasi senantiasa diikuti dengan adanya dampak baik secara langsung maupun tidak.⁸¹

Keuntungan dari penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan adalah yang terutama menghemat biaya untuk tenaga kerja manusia, karena sebagian pekerjaan yang dilakukan oleh manusia telah digantikan oleh teknologi dari kecerdasan buatan. Sebagai contoh, Aplikasi Pulse by Prudential. Aplikasi ini mengadopsi kecerdasan buatan di dalamnya. Aplikasi Pulse ini merupakan aplikasi cek kesehatan yang bekerja sama dengan *Halodoc*. Aplikasi ini dapat juga digunakan oleh non nasabah Prudential.

Beberapa fitur yang dihadirkan di aplikasi Pulse antara lain pemeriksaan kesehatan dan pemeriksaan gejala penyakit yang didukung teknologi AI. Selain itu, ada juga fitur bicara dengan dokter yang didukung oleh Halodoc. Beberapa fitur lainnya yang tersedia untuk para nasabah Prudential seperti PRUservices, Polis Ku, Klaim Penjaminan, Klaim Penggantian, dan Info Klaim.⁸²

Contoh lain, penggunaan teknologi RAISA (Robot Artificial Intelligence Salak Hospitality) di hotel Salak The Heritage yang terletak di daerah Bogor. Robot ini memiliki kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* yang ditanamkan ke dalam mesinnya sehingga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam bahasa Indonesia. Jenis pertanyaan yang dapat dijawab bisa diprogram sesuai kebutuhan.⁸³

⁸¹Eka N.A.M. Sihombing, "Implementasi Penggunaan Kecerdasan Buatan Dalam Pembentukan Peraturan Daerah (The Implementation Of Artificial Intelligence Usage In Local Legislation Forming)," *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* Volume 14, Nomor 3 (November 2020): 419–34.

⁸²Lona Olivia, "Lewat Pulse, Prudential Perluas Akses Layanan Kesehatan."

⁸³Stanislav Ivanov And Craig Webster, "Economic Fundamentals Of The Use Of Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism, And Hospitality," In *Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teknologi RAISA ini bisa digunakan untuk perusahaan atau instansi. Keuntungan yang didapat dari penggunaan robot ini seperti chatbot yang bekerja 24 jam dalam sehari, RAISA juga memiliki kapasitas layanan yang sangat tinggi (yaitu, dapat melayani banyak pelanggan secara bersamaan atau untuk jangka waktu tertentu). Biaya tenaga kerja (gaji / upah, jaminan sosial dan pembayaran asuransi kesehatan, pajak terkait tenaga kerja, dan kontribusi pensiun) dapat diturunkan dengan cara yang paling langsung dengan mengurangi jumlah karyawan manusia yang dibutuhkan di berbagai posisi dengan mengalihkan tugas ke RAISA.⁸⁴

Teknologi RAISA dapat meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan dengan cara yang menarik, efisien, dan interaktif dalam memberikan layanan, keterlibatan, dan komunikasi dengan pelanggan. Dalam hal menjaga komunikasi dengan pelanggan, teknologi RAISA bisa membantu mengatasi beberapa hambatan linguistik yang sebelumnya dialami oleh manusia dalam interaksi antara perusahaan dengan pelanggannya.⁸⁵

Contoh perusahaan lainnya yang memanfaatkan teknologi RAISA adalah restoran Tanuki di Dubai Mall menggunakan robot untuk menyambut tamu, menyajikan menu, dan menawarkan voucher diskon. Selain itu, robot menari, mengenali, dan menyapa tamu dengan namanya selama kunjungan berulang mereka. Selain itu, keingintahuan tamu hotel untuk melihat robot mengirimkan pesanan mereka dapat meningkatkan penjualan. RAISA membantu karyawan untuk menghindari atau mengurangi kesalahan dalam proses pelayanan, misalnya salah mencatat pesanan di restoran, sehingga menurunkan biaya dalam melayani pelanggan.⁸⁶

And Hospitality, Ed. Stanislav Ivanov And Craig Webster (Emerald Publishing Limited, 2019), 39–55, <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191002>.

⁸⁴*Ibid.*, Hlm : 2

⁸⁵Kuo, Chen & Tseng, “Investigating An Innovative Service With Hospitality Robots.,” *International Journal Of Contemporary Hospitality Management* 29 (2017): 1305–1321.

⁸⁶Stanislav Ivanov And Craig Webster, “Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism And Hospitality,” N.D., 31.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kontribusi kecerdasan buatan juga telah menjadi ide yang terus dieksplorasi dalam film fiksi ilmiah modern. Contohnya Film *The Terminator* (1984), *Robo Cop* (1987), *AI: Artificial Intelligence* (2001), *A Space Odyssey* (2001), *I Robot* (2004), *Avengers: Age of Ultron* (2012), *Her* (2013), *Ex Machina* (2014). Film ini mengadopsi teknologi kecerdasan buatan, sehingga menghasilkan efek visual yang menakjubkan.⁸⁷

Dalam film *Avengers : Age of Ultron* Teknologi JARVIS (Just A Rather Very Intelligent System) sang asisten pribadi virtual ciptaan Tony Stark (Iron Man) dalam film dapat melakukan berbagai pekerjaan, mulai dari menyalakan lampu, mengatur suhu ruangan hingga melakukan prediksi dengan perintah pengacara terkemuka untuk pertama kalinya dalam sebuah kompetisi memahami kontrak hukum. Dengan mengidentifikasi 30 masalah hukum, dalam waktu empat jam, AI mencapai tingkat akurasi 94 persen untuk memilih risiko.⁸⁸

Keuntungan dari Artificial Intelligence ini menekankan pada penciptaan mesin cerdas yang bekerja dan bereaksi seperti manusia yang diprogram untuk melampaui kemampuan manusia, mempermudah pekerjaan, menyingkat waktu pekerjaan, dan menghasilkan pekerjaan dengan hasil yang akurat serta cepat. Hal ini berdampak pada produk dan layanan, juga akan berdampak pada kehidupan sehari-hari masyarakat. Perkembangan AI sendiri terjadi begitu pesat sejak munculnya revolusi industri 4.0⁸⁹

AI berperan penting dalam pendidikan tingkat universitas karena memiliki beberapa keuntungan, seperti :

- 1) Lebih powerful dan lebih bermanfaat

⁸⁷Eka N.A.M. Sihombing, "Implementasi Penggunaan Kecerdasan Buatan Dalam Pembentukan Peraturan Daerah (The Implementation Of Artificial Intelligence Usage In Local Legislation Forming)."

⁸⁸*Ibid.*, Hlm : 420

⁸⁹Musta'inul Abdi, Darlis Herumurti, Imam Kuswardayan, "Analisis Perbandingan Kecerdasan Buatan Pada Computer Player Dalam Mengambil Keputusan Pada Game Battle Rpg," *Juti: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi* Volume 15, Nomor 2 (July 2017).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Menyelesaikan masalah karena dapat mendiagnosa dan memberikan hasil secara detail dalam hitungan detik
- 3) Lebih baik dalam menangani informasi
- 4) Mengkonversi informasi menjadi pengetahuan.⁹⁰

Kelebihan Kecerdasan Buatan :

- 1) Bersifat Permanen, jika system komputer dan programnya tidak diubah maka suatu data atau informasi yang ada di dalamnya akan permanen. Pada kecerdasan buatan bersifat sementara, karena manusia mudah lupa.
- 2) Lebih mudah disebarluaskan dan dapat di duplikat. Sedangkan pada kecerdasan alami (manusia) untuk menyebarluaskan suatu keahlian atau informasi membutuhkan waktu dan di dapat diduplikat secara sempurna oleh manusia yang lain.
- 3) Lebih murah dan konsisten. Pada kecerdasan alami, dibutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk mengerjakan beberapa pekerjaan juga kecerdasan alami (manusia) mudah berubah-ubah.
- 4) Bisa didokumentasikan. Pekerjaan yang dilakukan oleh kecerdasan buatan dapat dikomuntaskan dengan cara melacak aktivitas melalui sistem. Sedangkan kecerdasan alami sulit untuk didokumentasikan.
- 5) Hasil lebih baik. Kecerdasan buatan mampu menghasilkan suatu pekerjaan yang lebih baik disbanding kecerdasan alami.⁹¹

f. Kelemahan *Artificial Intelligence*

Salah satu masalah yang muncul akibat perkembangan teknologi informasi adalah lahirnya kejahatan-kejahatan yang sifatnya mempergunakan internet sebagai alat bantu nya yang dikenal dengan kejahatan

⁹⁰Chyntia Heru Woro Prastiwi, Nia Pujiawatib, "Penggabungan Artificial Intelligence Dan Kecerdasan Alami Dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Bahasa Inggris," *Unnes Seminar Nasional Pascasarjana*, 2019.

⁹¹Muhammad Dahria, "Kecerdasan Buatan (Artificial Itelligence)," *Jurnal SAINTIKOM* Vol 5, No 2 (Agustus 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dunia maya (Cybercrime).Kejahatan dunia maya (Cybercrime) adalah kejahatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau korporasi dengan cara menggunakan atau dengan sasaran komputer atau sistem komputer atau jaringan komputer.⁹²

Sejak tahun 1983 *cybercrime* sudah ada di Indonesia, terutama di bidang perbankan. Saat ini, di Indonesia banyak terjadi *cybercrime*, seperti pembajakan program komputer, *cracking*, penggunaan kartu kredit pihak lain secara tidak sah (*carding*), pembobolan bank (*banking fraud*), pornografi, termasuk kejahatan terhadap nama domain (*domain name*).⁹³

Selain itu, kejahatan lain yang menggunakan komputer di Indonesia antara lain penyelundupan gambar-gambar porno melalui internet (*cyber smuggling*), *pagejacking*, *spam* (*junk mail*), *intercepting*, *cyber squatting*, dan *typo squatting*. Kasus kejahatan terhadap sistem atau jaringan komputer ada *cracking*, *defacing*, *denial of service attack* (*Dos*), *distributed denial of service attack* (*Ddos*), penyebaran virus (*worm*), dan pemasangan *logic bomb*.⁹⁴

Kejahatan ini terjadi pada dunia maya sehingga mempunyai karakteristik yang berbeda dengan kejahatan tradisional. Karakteristik pelaku *cybercrime* sangat unik, meskipun hukum pidana konvensional sebagaimana yang berlaku di Indonesia dapat digunakan hakim sebagai dasar hukum untuk mengadili pelaku *cybercrime*, tetapi dalam praktik banyak sekali keterbatasannya, baik dari sisi unsur tindak pidana maupun pertanggungjawaban pidananya. Akibatnya, banyak pelaku yang lolos dari jeratan hukum.⁹⁵

⁹²Widodo, "Sistem Pemidanaan Dalam Cybercrime" (Yogyakarta: Laksbang Mediatama, 2009).

⁹³Supanto, "Perkembangan Kejahatan Teknologi Informasi (Cyber Crime) Dan Antisipasinya Dengan Penal Policy," *Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta* Vol.5 No.1 (April 2016).

⁹⁴Widodo, "Sistem Pemidanaan Dalam Cybercrime." *Laksbang Mediatama* : Yogyakarta. 2009

⁹⁵Anggia Dasa Putri, Dapit Pratama, "Sistem Pakar Mendeteksi Tindak Pidana Cybercrime Menggunakan Metode Forward Chaining Berbasis Web Di Kota Batam," *Jurnal Edik Informatika* Vol 3, No. 2 (N.D.). *Jurnal Edik Informatika*. Volume 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perbuatan yang dilarang mengenai Tindak pidana kejahatan dunia maya (cybercrime) diatur dalam Pasal 27 sampai dengan Pasal 37 berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai berikut: (1) Kejahatan Asusila (2) Kejahatan Perjudian (3) Kejahatan Penghinaan (4) Kejahatan Pemerasan (5) Kejahatan Berita Bohong dan Menyesatkan (6) Kejahatan Berita Kebencian dan Permusuhan (7) Kejahatan Ancaman Kekerasan dan Menakuti-nakuti (8) Kejahatan Akses Komputer Orang Tanpa Izin (9) Kejahatan Cracking (10) Kejahatan Penyadapan, Perubahan, Penghilangan, Pemindahan dan Perusakan Informasi (11) Kejahatan Membuat Sistem Orang Lain Tidak Bekerja (Virus, DOS), (12) Kejahatan Pemalsuan Data.⁹⁶

g. Penerapan *Artificial Intelligence* di Bidang Asuransi

Industri asuransi telah menjadi salah satu pengadopsi awal teknologi baru yaitu *chatbots*. *Chatbot* telah digunakan oleh berbagai perusahaan untuk keduanya. Tujuan eksternal, seperti dukungan pelanggan, dan tujuan internal, seperti mendukung karyawan untuk bekerja lebih efisien. Meskipun, teknologi otomasi ini juga dapat dilihat dari perspektif efisiensi biaya, penelitian kami berkonsentrasi pada pemahaman yang menciptakan nilai bagi pelanggan akhir.⁹⁷

Chatbot adalah program kecerdasan buatan yang dapat berinteraksi dengan konsumen melalui aplikasi perpesanan yang berbeda. Tujuan eksternal dari program ini mendapat dukungan pelanggan, dan tujuan internal seperti mendukung karyawan untuk bekerja lebih efisien. Meskipun, teknologi otomasi ini juga dapat dilihat dari perspektif efisiensi biaya, penelitian kami berkonsentrasi

⁹⁶*Ibid.*, Hlm : 200

⁹⁷Mikko Riikkinen, Hannu Saarijärvi, Peter Sarlin, Ilkka Lähteenmäki, "Using Artificial Intelligence To Create Value In Insurance." *Emerald :International Journal Of Bank Marketing*. 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada pemahaman yang menciptakan nilai bagi pelanggan akhir.⁹⁸

Chatbots merupakan cara yang efisien untuk memberikan informasi kepada pelanggan yang didasarkan pada penggunaan kecerdasan buatan dari data pelanggan yang ada, misalnya pertanyaan pelanggan sebelumnya, data transaksi dan aset yang sesuai, atau data pasar yang relevan. Alhasil, dengan bantuan AI data pelanggan diolah menjadi informasi dan dikirimkan melalui chatbots untuk mendukung berbagai proses penciptaan nilai pelanggan terkait asuransi.⁹⁹

Sebagai contoh, perusahaan asuransi PT. Prudential membuat aplikasi bernama *Pulse by Prudential*, aplikasi ini memanfaatkan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dan bekerjasama dengan Halodoc. Di dalam aplikasi ini terdapat *chatbot* sehingga memudahkan para nasabah ataupun non nasabah PT. Prudential untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan dokter terkait masalah kesehatan, cara pencegahan, cara mengobati bahkan dapat memesan resep obat.

Secara meyakinkan, data pelanggan adalah input sumber daya untuk proses penciptaan nilai perusahaan di mana AI dan *chatbots* digunakan untuk memberi pelanggan sumber daya tambahan yang dapat mereka gunakan dalam proses penciptaan nilai mereka sendiri. Oleh karena itu, dalam konteks AI chatbots, penyedia layanan perlu memahami cara mendukung proses pelanggan secara efektif dan cara mencapainya melalui AI, *chatbots*, dan penggunaan balik data pelanggan.¹⁰⁰

Saat perusahaan menyediakan sumber daya kepada pelanggan untuk mereka gunakan, mereka dapat dipandang sebagai pencipta landasan nilai melalui proses fasilitasi nilai. Ketika pelanggan menggunakan sumber daya ini

⁹⁸ *Ibid.*, Hlm : 5

⁹⁹ Ananda Dwi R , Firdha Imamah , Yusuf Mei Andre S, Ardiansyah, "Aplikasi Chatbot (Milki Bot) Yang Terintegrasi Dengan Web Cms Untuk Customer Service Pada Ukm Minsu." *Jurnal Cendikia*. Vol. Xvi. 2018

¹⁰⁰ Mikko Riikinen, Hannu Saarijärvi, Peter Sarlin, Ilkka Lähteenmäki, "Using Artificial Intelligence to Create Value in Insurance." *Emerald : International Journal of Bank Marketing*. 2018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(barang atau jasa) dan menambahkan sumber daya lain (barang, jasa, dan informasi) dan keterampilan yang mereka miliki, nilai potensi sumber daya dikembangkan menjadi nilai guna.¹⁰¹

Salah satu jenis sumber daya yang dapat mendukung penciptaan nilai pelanggan adalah informasi yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Penting untuk diperhatikan bahwa data belum tentu merupakan informasi. Informasi adalah informasi hanya jika relevan bagi pelanggan.¹⁰²

Chatbots mewakili cara alternatif dan hemat biaya untuk menyediakan sumber daya yang mereka anggap bermakna dalam penciptaan nilai bagi pelanggan. Pelanggan dapat menggunakan chatbot untuk meminta dan menjelajahi semua jenis informasi yang terkait dengan proses penciptaan nilai mereka sendiri. Meskipun chatbots hanya memberikan informasi yang diminta pelanggan, informasi tersebut sering kali dianggap bermakna, dan karenanya dapat dianggap sebagai sumber daya tambahan untuk menciptakan nilai.¹⁰³

Data pelanggan dengan demikian menjadi sumber input untuk berbagai proses penciptaan nilai pelanggan, yang memiliki implikasi besar untuk berbagai industri, seperti ritel makanan (misalnya mengubah data titik penjualan dan program loyalitas pelanggan menjadi informasi kesehatan makanan), energi (mis. mengubah data energi menjadi informasi konsumsi energi waktu nyata), dan layanan keuangan (misalnya, mengubah data transaksi menjadi informasi tentang keuangan konsumen). Oleh karena itu, penggunaan data pelanggan secara terbalik menggeser fokus dari menggunakan data pelanggan semata-mata untuk kepentingan perusahaan menjadi menggunakan data pelanggan untuk mendukung penciptaan nilai pelanggan.¹⁰⁴

¹⁰¹ *Ibid.*, hlm : 5

¹⁰² *Ibid.*, hlm : 6

¹⁰³ Mikko Riikinen, Hannu Saarijärvi, Peter Sarlin, Ilkka Lähteenmäki, "Using Artificial Intelligence to Create Value in Insurance." *Emerald : International Journal of Bank Marketing*. 2018

¹⁰⁴ *ibid.*, hlm : 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Melalui penggunaan balik data pelanggan, perusahaan dapat memanfaatkan aset data pelanggan yang ada untuk membangun layanan baru bagi pelanggan mereka. Misalnya, Spotify dan Netflix menggunakan data pelanggan dalam jumlah besar tidak hanya untuk mempromosikan album, artis, dan serial baru, tetapi juga untuk mengidentifikasi pengguna awal yang dapat mereka sarankan untuk musik dan film baru.¹⁰⁵

3. *Costumer Relationship Management*

a. Definisi *Costumer Relationship Management* (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) yang didefinisikan oleh Kartika Imasari adalah salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para konsumennya sehingga dalam menghasilkan suatu produk perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi juga dapat menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen. Istilah CRM baru populer digunakan dalam beberapa tahun terakhir ini. Istilah CRM dipakai untuk menggambarkan berbagai aplikasi perangkat lunak yang digunakan untuk mengoptimalkan fungsi pemasaran, penjualan dan pelayanan kepada pelanggan.¹⁰⁶

Zikmund dkk berpendapat bahwa, CRM merupakan suatu strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi untuk menyediakan pandangan yang dalam, tepat dan terintegrasi mengenai pelanggannya, sehingga semua proses dan interaksi dengan pelanggan dapat menghasilkan keuntungan.¹⁰⁷

¹⁰⁵ *ibid.*, hlm : 8

¹⁰⁶ Reza Dea Yogaswara, "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta," *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi* Vol 10, No 1 (September 2019).

¹⁰⁷ Zikmund, William G. et.al. and Marketing Strategy and InformatiZikmund, William G. et.al, *Customer Relationship Management : Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. (New Jersey: John Wiley and Sons., 2003).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Utami berpendapat bahwa CRM adalah suatu proses interaktif yang mengubah data-data pelanggan kedalam kesetiaan pelanggan melalui beberapa kegiatan, yaitu mengumpulkan data pelanggan, menganalisis data pelanggan tersebut dan mengidentifikasi target pelanggan, mengembangkan program CRM, dan menerapkan program CRM.¹⁰⁸

Sedangkan menurut Kotler & Keller, *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua “titik sentuhan” pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan.¹⁰⁹

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu strategi bisnis yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal dengan eksternal untuk menciptakan nilai dan memanjakan pelanggan serta menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak melalui serangkaian kegiatan mengelola informasi yang rinci tentang masing-masing pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kesetiaan pelanggan dan agar tidak berpaling kepada pesaing. Pada intinya perusahaan bermaksud membangun ikatan yang lebih kuat dengan para pelanggan yang bertujuan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

Salah satu fungsi *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu memberikan peluang kepada perusahaan untuk memberikan *wow experience*, yaitu layanan yang lebih ekspektasi. Namun, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan contohnya, persiapan dari manusia agar mampu mengikuti prinsip CRM sebagai insan yang didukung oleh mesin bukan sebaliknya. CRM tidak dapat dipisahkan dengan Teknologi Informasi / *Information Technology* (IT), walaupun teknologi informasi bukanlah yang utama, tetapi teknologi informasi merupakan bagian

¹⁰⁸ Chistina Whidya Utami, *Manajemen Ritel : Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*.

¹⁰⁹ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran : Edisi Kedua Belas. Jilid 1* (Jakarta: PT Index. kelompok Gramedia, 2009).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terpenting dari CRM. Tanpa kemampuan dan bantuan teknologi komputer yang canggih, informasi yang berhasil dikumpulkan tidak akan bisa diolah dan CRM akan lumpuh dan tidak ada artinya.¹¹⁰

Didalam singkatan *Costumer Relationship Management* (CRM) terdapat kata *relationship* (hubungan) yang artinya adalah suatu hubungan terdiri atas serangkaian episode yang terjadi antara dua pihak pada rentang waktu yang tertentu. Didalam suatu hubungan terkadang mengalami pasang surut (akan terjadi evolusi dalam hubungan tersebut). Makna dari kata *relationship* tersebut yaitu kepercayaan dan komitmen. Kepercayaan bisa datang ketika kedua belah pihak saling berbagi pengalaman, mereka mulai bisa saling memahami satu dengan yang lainnya. Sedangkan komitmen adalah keyakinan dari salah satu mitra akan pentingnya arti membangun hubungan jangka panjang yang langgeng dengan mitranya. Komitmen akan muncul sebagai buah dari pada kepercayaan.¹¹¹

Customer Relations yang ada dan dikenal pada saat sekarang ini, disebut hubungan masyarakat. *Customer Relations* muncul karena adanya tuntutan kebutuhan, artinya menjadi hal yang utama bagi *Customer Relations* untuk mampu menjalankan salah satu fungsi dan tugasnya yaitu membina hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan atau sebaliknya, dan untuk menjembatani atau membangun komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publik yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh perusahaan. Apabila *Costumer Relations Management* (CRM) dilaksanakan dengan baik dan tepat dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan yaitu dengan cara peningkatan kepuasan pelanggan dan akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan.¹¹²

¹¹⁰Halimah And Dr.H. Seno Andri, Mm, M.Si, "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru," *Jom Fisip Vol 2 No 2, Oktober 2015*, N.D.

¹¹¹Rosmayani, "Customer Relationship Management," *Jurnal Valuta Vol 2 No 1* (April 2016).

¹¹²*Ibid.*, Hlm : 85



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Tujuan dan Manfaat *Costumer Relationship Management* (CRM)

beberapa tujuan yang ingin dicapai dari penerapan CRM, yaitu:¹¹³

- 1) Menggunakan hubungan yang sudah terbentuk untuk meningkatkan pendapatan. Pandangan perusahaan yang tepat mengenai pelanggan untuk memaksimalkan hubungan mereka dengan perusahaan melalui penjualan produk dengan kualitas yang lebih baik (up-selling) dan penjualan produk komplemen (cross-selling), dan pada saat yang bersamaan meningkatkan keuntungan dengan mengidentifikasi, menarik dan mempertahankan pelanggan-pelanggan terbaik.
- 2) Menggunakan informasi terintegrasi untuk memberikan pelayanan yang sangat baik. Dengan menggunakan informasi pelanggan untuk melayani kebutuhannya dengan baik, perusahaan dapat menghemat waktu pelanggan dan mengurangi ketidakpuasan
- 3) Mengenalkan prosedur dan proses yang konsisten dan dapat diaplikasikan berulang-ulang. Dengan tersebarnya kontak pelanggan, lebih banyak karyawan terlibat dengan transaksi penjualan. Terlepas dari besar dan kompleksitasnya, suatu perusahaan harus meningkatkan konsistensi proses dan prosedur di dalam manajemen pembukuan dan penjualan. Secara garis besar tujuan CRM adalah mengoptimalkan keuntungan perusahaan dengan membuat perusahaan lebih efisien dalam menggunakan sumber daya yang ada untuk melayani pelanggan yang diinginkan dan memelihara hubungan dengan pelanggan.

c. Fase-fase *Costumer Relationship Management* (CRM)

Ada tiga fase CRM menurut Kalakota dan Robinson yaitu acquiring, enhancing, dan retaining. Masing-masing

¹¹³ Kalakota, Ravi & Maria Robinson, *E-Business 2.0 : Roadmap for Success*. (USA: Addison Wesley, Longman Inc., 2001).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari setiap fase mendukung peningkatan kedekatan dan pengertian antara perusahaan dan pelanggan . Tiap fase akan berpengaruh terhadap pelanggan dengan cara yang berbeda dan semakin mendekatkan perusahaan dengan pelanggan.¹¹⁴

1) *Acquiring New Customers*

Perusahaan memperoleh pelanggan baru dengan menawarkan produk atau jasa suatu perusahaan. Perusahaan harus menunjukkan bagaimana mereka membuat sesuatu yang berbeda dengan mengedepankan kenyamanan dan inovasi. Nilai yang ditawarkan oleh perusahaan adalah produk berkualitas tinggi yang didukung oleh layanan yang sangat baik.

2) *Enhancing the Profitability of Existing Customers*

Perusahaan meningkatkan hubungan dengan pelanggan dengan mengedepankan cross-selling dan up-selling, dengan demikian hubungan dengan pelanggan akan menjadi lebih dalam. Nilai yang ditawarkan pada pelanggan adalah kenyamanan yang lebih baik dengan biaya yang murah.

3) *Retaining Profitable Customers For Life*

Perusahaan harus mampu mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut. Fokus utama dalam hal ini bukanlah mengenai apa yang diinginkan oleh pasar, tetapi apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan demikian, layanan yang diberikan oleh perusahaan harus bisa beradaptasi dengan ketertarikan pelanggan tersebut. Nilai yang ditawarkan pada pelanggan dari fase ini adalah hubungan proaktif yang cocok dengan ketertarikannya.

4) *Sistem Kerja Customer Relationship Management (CRM)*

Budi Sutedjo berpendapat bahwa CRM diawali dengan pengumpulan informasi tentang apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan dari

¹¹⁴ Kalakota, Ravi & Maria Robinson, *E-Business 2.0 : Roadmap for Success*. (USA: Addison Wesley, Longman Inc., 2001), hlm : 174.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan. Dengan mengetahui kebutuhan dan harapan dari pelanggan tersebut, perusahaan dapat memanjakan dan “mengikatnya” dalam sebuah “persahabatan”. Menurut konsepnya CRM mengajurkan agar perusahaan membuka saluran-saluran komunikasi semudah mungkin dengan tingkat respon yang tinggi, agar pelanggan merasakan kedekatan dengan pihak perusahaan. Dari situ, loyalitasnya terhadap perusahaan sedikit demi sedikit akan menjadi tumbuh dan berkembang. Dengan demikian perusahaan akan memperoleh manfaat dari penerapan CRM ini, yakni memiliki pelanggan yang loyal.¹¹⁵

- d. *Costumer Relationship Management* (CRM) dalam Bidang Asuransi

Costumer Relations Management (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan dapat digunakan di berbagai sector, yang terpenting adalah perusahaan tersebut memiliki kecanggihan teknologi seperti perusahaan asuransi Prudential. Penggunaan CRM memberi dampak yang positif, apabila CRM dilaksanakan dengan baik dan tepat sehingga mampu meningkatkan kinerja bisnis perusahaan yaitu dengan cara peningkatan kepuasan pelanggan dan akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan.¹¹⁶

CRM dirancang untuk memanfaatkan teknologi informasi yang dapat mengembangkan suatu hubungan yang berkelanjutan dengan para pelanggan/nasabah asuransisehingga dapat memaksimalkan pelayanan oleh organisasi kepada pelanggan setiap saat. CRM menggunakan teknologi informasi untuk menciptakan yang mengintegrasikan dan mengotomatisasi proses layanan

¹¹⁵ Budi Sutedjo Darma Oetomo, *Perancangan Dan Pembangunan Sistem* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2003), hlm : 65.

¹¹⁶Putriani, “Analisis Customer Relationship Marketing Pada Perusahaan Asuransi (Studi Perbandingan Antara Perusahaan Asuransi Syariah Dan Non Syariah Di Kota Pekanbaru),” *Jurnal Al-Iqtishad*, 15, Volume 1 (2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pelanggan dalam bidang penjualan, pemasaran, dan layanan produk/ jasa berkaitan dengan perusahaan.¹¹⁷

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Salah satu strategi pemasaran dalam membentuk loyalitas pelanggan adalah dengan menggunakan pendekatan bisnis berbasis pengolahan hubungan atau relasi dengan pelanggan, pendekatan ini dikenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM).¹¹⁸

Sebagai contoh penerapan CRM dalam bidang asuransi adalah perusahaan asuransi PT. Prudential yang membuat aplikasi bernama *Pulse by Prudential*, aplikasi ini memanfaatkan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dan bekerjasama dengan Halodoc. Di dalam aplikasi ini terdapat *chatbot* sehingga memudahkan para nasabah ataupun non nasabah PT. Prudential untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan dokter terkait masalah kesehatan, cara pencegahan, cara mengobati bahkan dapat memesan resep obat.¹¹⁹

Hal ini dilakukan oleh perusahaan asuransi PT Prudential dengan tujuan memberi kemudahan kepada masyarakat dalam satu genggaman. Tujuan bisnis lain yaitu untuk mempertahankan loyalitas dan kesetiaan para nasabah asuransi dan bahkan untuk menarik minat para non nasabah untuk dapat mempercayai masalah asuransi kepada PT Prudential.

¹¹⁷Fransisca Andreani, "Customer Relationship Management (Crm) Dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur Dan Jasa," *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2, No. 2, (Oktober 2007).

¹¹⁸Wulan Sari, "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Pekanbaru," *Jom Fisip* Vol 1 No. 4 (February 2017).

¹¹⁹Mia Chitra Dinisari, "Prudential Jalin Kemitraan Strategis Dengan Halodoc," *Bisnis.Com*, Agustus 2019. *Bisnis.com*, Jakarta, 2019.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Konseptualisasi Variabel

1. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan secara umum didefinisikan sebagai kesetiaan seseorang atau konsumen terhadap suatu produk, barang maupun jasa. Loyalitas sebagai kondisi pelanggan yang memiliki sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang.¹²⁰

Enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.¹²¹

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas, yaitu :¹²²

- a. Kepuasan Pelanggan
Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan emosional yang positif terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan penting dijaga untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
- b. Kualitas Jasa
Produk yang berkualitas rendah menyebabkan ketidakpuasan dan beresiko pelanggan tidak setia. Jika kualitas diperhatikan, bahkan diperkuat dengan periklanan yang intensif, loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh.

¹²⁰ Ahmad Mardalis, "Meraih Loyalitas Pelanggan," *Jurnal BENEFIT. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta* Vol. 9, No. 2 (Desember 2005): 111–19.

¹²¹ *Ibid.*, hlm : 111

¹²² *Ibid.*, hlm : 114



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Citra Produk/Brand

Citra yang positif akan memberikan arti yang baik terhadap produk perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah penjualan. Sebaliknya penjualan produk suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat.

Loyalitas pelanggan perlu diperoleh karena pelanggan yang setia akan aktif berpromosi, memberikan rekomendasi kepada keluarga dan sahabatnya, menjadikan produk sebagai pilihan utama, dan tidak mudah pindah.

2. Hubungan Berkelanjutan

CRM dirancang untuk memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan suatu hubungan yang terus menerus dengan para pelanggan yang akan memaksimalkan nilai yang dapat diberikan oleh organisasi kepada pelanggan atau konsumen setiap saat. Meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan, maka akan menaikkan tingkat kepuasan mereka sampai ke titik dimana pelanggan itu setia kepada perusahaan.¹²³ Hal ini berarti menciptakan sikap loyalitas pelanggan kepada perusahaan sehingga, hubungan antara pelanggan dan perusahaan dapat berlanjut.

3. Pelayanan Otomatis

Memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan merupakan hal penting dalam suatu bisnis. Tujuan pelayanan otomatis adalah untuk menyelesaikan permasalahan dan kesulitan yang dihadapi oleh konsumen dengan baik dan dilakukan secara profesional. Contoh pelayanan otomatis adalah, PT Prudential yang memiliki aplikasi *Pulse*. Aplikasi ini dapat membantu para nasabahnya untuk mengetahui Pru service, info polis, penggantian klaim, pengajuan klaim serta aplikasi ini juga didukung dengan fitur Halodoc yang dapat membantu nasabahnya berkonsultasi secara online dengan dokter pilihan.¹²⁴

¹²³Rosmayani, "Customer Relationship Management." *Jurnal Valuta*, Vol 2 No 1 (April 2016).

¹²⁴Lona Olivia, "Lewat Pulse, Prudential Perluas Akses Layanan Kesehatan." *Beritasatu.Com*, November 12, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelayanan otomatis memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk dapat mengetahui informasi dengan cepat dan efisien, serta dapat mengurangi jumlah pegawai yang berarti mengurangi biaya perusahaan.

4. Hubungan Pelanggan

Gordon mendefinisikan bahwa manajemen hubungan pelanggan adalah proses untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan individu untuk agar meningkatkan hasil bisnis yang lebih maksimal. Ada empat dimensi untuk membangun hubungan pelanggan yaitu, penjualan berbasis produk (product based selling), pemasaran berbasis pelanggan (customer based marketing), pelayanan terkelola (managed service) dan dukungan CRM individual (support individualized CRM).¹²⁵

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran berfungsi untuk menghindari kerancuan penafsiran tentang Kontribusi Artificial Intelligence (AI) dalam Customer Relations Management (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru. Kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu mengenai suatu konsep yang akan memberikan penjelasan terhadap teori strategi komunikasi dan sosialisasi yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini. Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Customer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru akan memberikan hasil dalam sebuah penelitian oleh penulis.

¹²⁵Rosmayani, "Customer Relationship Management." *Jurnal Valuta*, Vol 2 No 1 (April 2016)

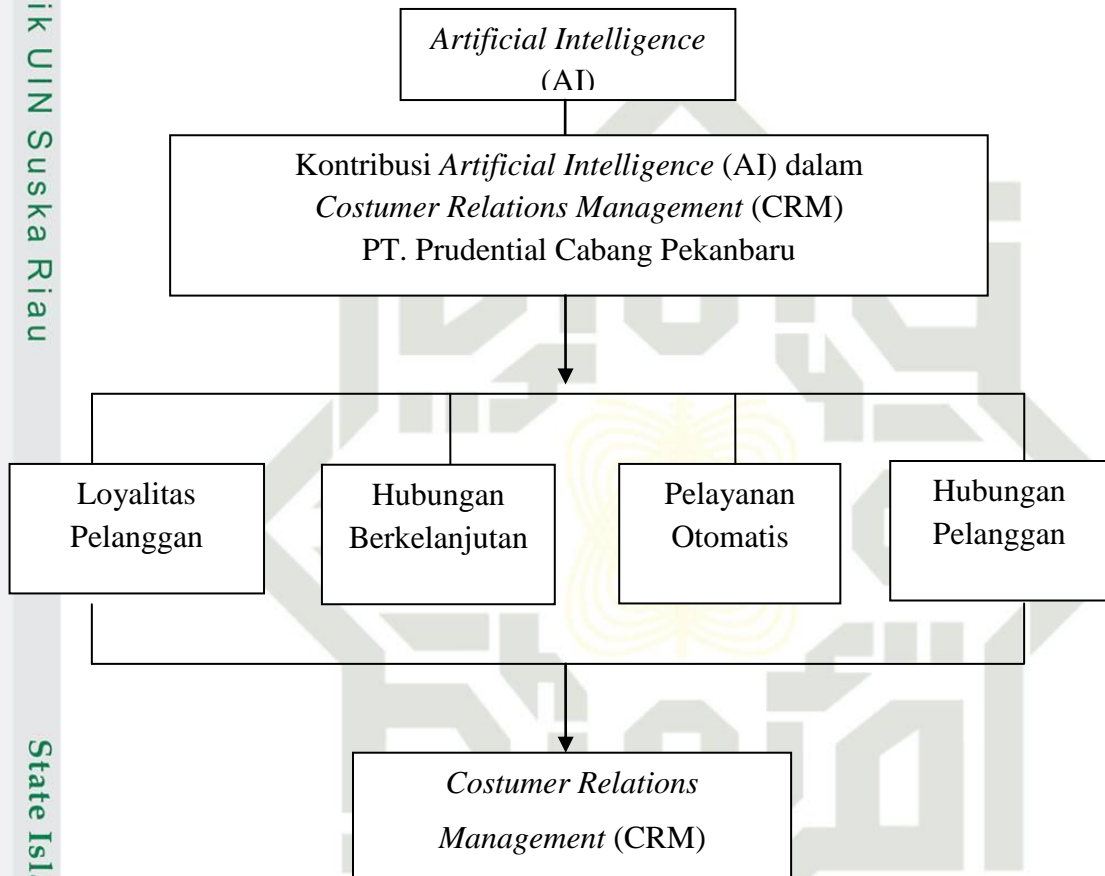
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir
Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru



(Sumber: Olahan data peneliti, Januari 2021)

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian dalam bahasa Inggris disebut dengan *research*. Jika dilihat dari susunan katanya, terdiri atas dua suku kata, yaitu *re* yang berarti melakukan kembali atau pengulangan dan *search* yang berarti melihat, mengamati atau mencari, sehingga *research* dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman baru yang lebih kompleks, lebih mendetail, dan lebih komprehensif dari suatu hal yang diteliti.¹²⁶

Metode penelitian yang digunakan pada studi ini adalah metode kualitatif dengan metode studi kasus. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.¹²⁷

Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrument atau objek penelitian.¹²⁸

Pada penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan dengan jelas mengenai bagaimana Kontribusi *Artificial Intelligence* dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru berdasarkan hasil informasi yang faktual dan akurat secara sistematis. Penelitian ini diawali dengan mengkaji teori-teori dan pengetahuan yang sudah ada sehingga muncul sebab permasalahan. Permasalahan tersebut diuji untuk mengetahui penerimaan atau penolakannya berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan.

¹²⁶Albi Anggito And Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*(CV Jejak, 2018).

¹²⁷Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006).

¹²⁸Sugiyono, *Memahami Penelitian* (Bandung: Cv Alfabeta, 2005).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan di PT. Prudential *Life Assurances* Cabang Pekanbaru Jalan. Nangka Komp. Peninsula, Tengkerang Barat, Marpoyan Damai, Pekanbaru City, Riau 28292, Indonesia.

Penelitian ini dilakukan setelah proposal disahkan, pelaksanaan penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan.

C. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan.¹²⁹ Data primer yang peneliti gunakan adalah hasil wawancara secara langsung staf dan karyawan PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi yang umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi.¹³⁰ Data sekunder juga merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain). Sumber data sekunder yang peneliti gunakan adalah hasil observasi dan hasil dokumentasi.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subjek yang professional dibidangnya dan memahami tentang objek penelitian, yang mampu memberikan informasi terkait penelitian. Informan penelitian sangat penting keberadaannya untuk memberikan data atau informasi penting yang dibutuhkan peneliti.¹³¹

¹²⁹Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2018). Hlm : 138

¹³⁰*Ibid.*, Hlm :138

¹³¹*Ibid.*, Hlm : 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1
Daftar Nama-nama Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN
1	Franky Ade Siregar	Agen Pendukung Pengembangan (Agency Development Support)
2	Andika Lubis	Direktur Agen (Agency Director) PT Prudential Cabang Pekanbaru
3	Indryanti	<i>Costumer Service Officer (CSO)</i> PT Prudential Cabang Pekanbaru

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interviewee*).¹³²

Esternberg (Sugiyono, 2010, hlm. 233) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu:

- a. Wawancara Terstruktur (Structured Interview)
Di mana peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.
- b. Wawancara Semiterstruktur (Semistruktur Interview)
Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dengan cara pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.
- c. Wawancara Tidak Terstruktur (Unstructured Interview)
Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dengan cara peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

¹³²*Ibid*, Hal.155

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan teknik wawancara terstruktur (Structured Interview) dengan menyiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diajukan kepada informan penelitian. Kemudian setiap responden diberi pertanyaan yang sama.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.¹³³

- a. Observasi langsung, yaitu observasi yang dilakukan ketika observer berada bersama objek yang diselidiki
- b. Observasi tidak langsung, yaitu observasi yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diteliti, misalnya dilakukan melalui film, rangkaian slide, atau rangkaian foto.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi langsung dan observasi tidak langsung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data tertulis terutama arsip-arsip tentang pendapat dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini.¹³⁴ metode dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini berupa file bentuk surat, agenda, transkrip, catatan, majalah, media massa, rekaman suara dan lain sebagainya.

F. Validitas Data

Rachmat Kriyanto menyatakan dalam buku *Teknik Praktis Teknis Komunikasi* penelitian kualitatif harus mengungkapkan kebenaran yang objektif. Melalui validitas data kredibilitas

¹³³Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Hal. 72

¹³⁴Suharismi Arikunto, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), Hal. 151

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(kepercayaan) kualitatif dapat terpercaya. Dalam penelitian, untuk mendapatkan validitas data dilakukan dengan triangulasi.¹³⁵

Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data yang dimaksud yaitu membandingkan atau mengecek ulang keabsahan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda. Dalam penelitian ini triangulasi data dilakukan terhadap informasi yang diberikan kepada agen pendukung pengembangan (agency development support), direktur agen (agency director) dan CSO PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Menurut Sugiyono, teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dipahami dan temuannya mudah diinformasikan kepada orang lain.¹³⁶ Menurut Miles dan Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu : reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi.¹³⁷ Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya sebagai berikut:

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan informasi data kasar dari hasil catatan-catatan tertulis selama penelitian berlangsung di lapangan.¹³⁸ Reduksi data dilakukan untuk memudahkan peneliti mengambil kesimpulan yang tepat selama penelitian berlangsung.

Pada penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilih informasi yang penting dan membuang informasi yang tidak diperlukan. Sehingga, peneliti mendapat gambaran penelitian yang lebih jelas untuk tahap selanjutnya.

¹³⁵Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal. 72.

¹³⁶Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 2.

¹³⁷Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, hal. 16.

¹³⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*, (Bandung, Alfabeta:2008), hlm 247.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Penyajian Data

Miles dan Huberman mengatakan bahwa penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan informasi yang tersusun dalam bentuk uraian singkat dan membuat bagan.

3) Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengetahui arah dari suatu penelitian. Kesimpulan yang dibuat oleh peneliti didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti mendapat gambaran Kontribusi *Artificial Intelligence (AI)* dalam *Customer Relationship Management (CRM)* PT. Prudential Cabang Pekanbaru.

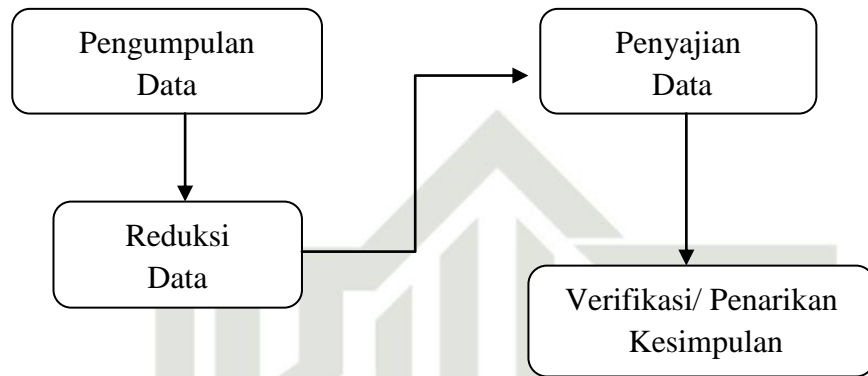
Secara skematis proses analisis data menggunakan model analisis data interaktif Miles dan Huberman dapat dilihat pada bagan berikut:¹³⁹

¹³⁹Milles dan Huberman, “Analisis Data Kualitatif” (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 3.2
Model Analisis Data Interktif Miles dan Huberman



(Sumber : Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman)

Bagan di atas merupakan Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman yang menunjukkan hubungan analisis yang terdiri dari tiga alur yang terjadi secara bersamaan. Dimulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. Prudential *Life Assurance*

Di dirikan pada tahun 1995, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc. Sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka dari Inggris. Sebagai bagian dari Prudential plc yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industry asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia

Sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis Syariah sejak tahun 2007 dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya.

Sampai dengan 31 Desember 2019, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Sekitar 2 juta nasabah dilayani oleh lebih dari 260.000 tenaga pemasar berlisensi di 383 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam, dan Bali. Prudential Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).¹⁴⁰

B. Tonggak Sejarah PT. Prudential *Life Assurance*

PT. Prudential *Life Assurance* merupakan perusahaan asuransi terbesar di Indonesia, perusahaan ini memiliki sejarah yang cukup panjang sehingga menjadi perusahaan asuransi yang sangat berkembang seperti saat ini. Di bawah ini adalah sejarah singkat PT.

¹⁴⁰Prudential, “Perusahaan Kami,” official blog, n.d., <https://www.prudential.co.id/id/>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Prudential *Life Assurance* dari tahun 1995 awal berdirinya perusahaan Prudential sampai dengan tahun 2018, yaitu :¹⁴¹

1. Tahun 1995
Lahirnya PT Prudential Banc Bali *Life Assurance*, Pada tanggal 2 November tahun 1995 persetujuan ditandatangani antara Prudential dan Bank Bali Indonesia untuk melakukan merger menjadi Prudential BancBali *Life Assurance* (PBBL).
2. Tahun 1996
Kantor Pemasaran Pertama, Oktober 1996 kantor Pemasaran Pertama PBBL dibuka di Artha Graha building Jakarta
3. Tahun 1999
PRUlink investor *account*, April 1999 produk unit link premi tunggal memposisikan PBBL sebagai pelopor produk ini di pasar Indonesia
4. Tahun 2000
PRUlink *assurance account*, Juli 2000 peluncuran produk kedua prudential dan merupakan produk unit link terpopuler di Indonesia saat ini.
5. Tahun 2001
Akuisisi *Allstate*, April 2001 sebagai bagian dari strategi pasar, Prudential mengakuisisi *Allstate*, untuk dikembangkan lebih lanjut, termasuk operasinya di Indonesia dengan melakukan merger *Allstate*, ke dalam PBBL.
6. Tahun 2001
Mei 2001, Prudential *Centre* dibuka di daerah Thamrin.
7. Tahun 2001
Oktober 2001, perusahaan berubah nama dari PT Prudential BancBali Life Assurance menjadi PT Prudential Life Assurance, dengan komposisi kepemilikan yang baru
8. Tahun 2001
Website Prudential, pada bulan Mei tahun 2001 ini , diluncurkan website korporat prudential.
9. Tahun 2005
Produk & Layanan Baru, PRUlink *fixed pay*.
10. Tahun 2005
Produk & Layanan Baru, Kartu Prudential.

¹⁴¹Prudential.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Tahun 2009
Kantor Pusat Prudential Indonesia berpindah lokasi ke Prudential Tower, Jl. Jend. Sudirman Kav. 79, Jakarta
12. Tahun 2010
Charity Walk yaitu kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang digelar sebagai apresiasi atas kepercayaan lebih dari 1.000.000 nasabah di Indonesia dengan memberi kembali kepada masyarakat.
13. Tahun 2011
Peluncuran *PRUearly stage crisis cover* yaitu perlindungan terhadap penyakit kritis sejak tahap awal.
14. Tahun 2011
Diluncurkannya layanan *PRUhospital friends* yang membantu nasabah ketika harus menjalani rawat inap di rumah sakit.
15. Tahun 2012
Peluncuran 2 produk inovatif yaitu PRUmychild dan PRUjuvenile
16. Tahun 2012
Program CSR A Million Hearts for a Million Dreams dimulai
17. Tahun 2013
Pembukaan Kantor Prudential Centre di kota Kasablanka
18. Tahun 2013
Pembukaan Prudential Fault di KidZania Jakarta
19. Tahun 2014
Program CSR A Million Hearts for a Million Dreams telah membantu 1 juta orang
20. Tahun 2015
Prudential Indonesia telah 20 tahun hadir di Indonesia
21. Tahun 2015
Peluncuran produk untuk pendidikan anak: PRUlink edu protection & PRUlink syariah edu protection
22. Tahun 2016
Peluncuran 2 dana investasi baru: PRUlink Rupiah Value Discovery Equity Fund and PRUlink Rupiah Asia Pasific Equity Fund
23. Tahun 2016
PRUforce, portal untuk kemudahan aktivitas Tenaga Pemasar di mana saja dan kapan saja diluncurkan
24. Tahun 2017
Peluncuran produk kesehatan rawat inap yang inovatif PRUprime



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

healthcare & PRUprime healthcare syariah

25. Tahun 2017
Peluncuran pelayanan terbaru PRUmedical network
26. Tahun 2017
10 tahun kehadiran Prudential Syariah di Indonesia
27. Tahun 2018
Dirikan PRUuniversity, Prudential Indonesia Kuatkan Kualitas Pelayanan
28. Tahun 2018
Community Investment Prudential Indonesia Luncurkan Program Pemberdayaan Indonesia Timur
29. Tahun 2018
Prudential Luncurkan PRUlink Generasi Baru dan PRUlink Syariah Generasi Baru.¹⁴²

C. Logo PT.Prudential Cabang Pekanbaru

Logo perusahaan merupakan perwakilan dari suatu perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan memiliki logo yang berbeda-beda, di dalam logo perusahaan biasanya tersirat visi misi, ataupun juga strategi dari perusahaan itu sendiri.

Logo perusahaan PT. Prudential memakai gambar Lady Prudence (Dewi Kebijaksanaan). Di bawah ini merupakan logo Perusahaan Prudential *Life Assurance* :¹⁴³



¹⁴²Prudential, “Perusahaan Kami,” official blogt, n.d., <https://www.prudential.co.id/id/>.

¹⁴³Prudential.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Makna logo di atas, yaitu :

1. Gambar manusia, gambar ini merupakan *figure* dari Lady Prudence (Dewi Kebijaksanaan). Lady Prudence merupakan ciri khas dan memiliki keterkaitan yang kuat dengan Prudential sejak pendiriannya. Sosok ini mengandung arti perilaku bijaksana. Lady Prudence selalu tampil dengan panah, ular dan cermin.
2. Anak Panah, melambangkan kemampuan seorang pemanah yang jitu dan penuh perhitungan
3. Ular, merupakan lambang dari kearifan
4. Cermin, menggambarkan kemampuan seseorang untuk melihat dirinya apa adanya

D. Visi dan Misi PT. Prudential Cabang Pekanbaru

Sebagai perusahaan asuransi terbesar di Indonesia, PT. Prudential Life Assurance harus memiliki visi dan misi yang kuat sehingga menjadi perusahaan besar seperti sekarang. Berikut visi dan misi perusahaan :¹⁴⁴

¹⁴⁴Prudential Official Website (www.prudential.co.id).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Visi

PT. Prudential *Life Assurance* yaitu, menjadi perusahaan nomor satu di Indonesia, dalam hal:

- a. Pelayanan Nasabah

Nasabah adalah kunci dalam bisnis ini, oleh karena itu pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting bagi perusahaan Prudential untuk mencapai tujuan.

- b. Memberikan Hasil Terbaik bagi Para Pemegang Saham

Prudential memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan hasil yang memuaskan kepada para pemegang saham sehingga mereka akan terus memberikan dukungan yang lebih baik lagi demi keberhasilan perusahaan dan perkembangannya.

- c. Mempekerjakan Orang-Orang Terbaik

Untuk mendukung keberhasilan tujuan dan visi ini, Prudential senantiasa mengembangkan kemampuan sumber daya manusia, oleh karena itu Prudential sangat mengutamakan pendidikan, pelatihan, dan pengembangan bagi para tenaga pemasaran, sehingga tujuan dan misi perusahaan dapat dicapai dengan hasil yang terbaik.

2. Misi

Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.

Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Misi, PT Prudential Life Assurance memiliki Empat Pilar, yaitu fondasi yang merupakan dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain. Berikut ini adalah Empat Pilar:

- a. Semangat Untuk Selalu Menjadi yang Terbaik

Untuk memberikan yang terbaik dan memperbaiki kemampuan untuk mendapatkan hasil yang terbaik pula.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Organisasi yang Memberikan Kesempatan Belajar
Memberikan kesempatan kepada setiap orang di perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan, keahlian dan pengembangan pribadi melalui berbagi training.
- c. Bekerja Sebagai Suatu Keluarga
Bekerja bergandengan tangan sebagai satu keluarga besar memperlakukan satu sama lainnya dengan rasa hormat dan penuh kasih untuk menciptakan suasana penuh pengertian.
- d. Integritas dan Keuntungan yang Merata Bagi Semua Pihak yang Terkait Dengan Perusahaan
Komitmen untuk selalu memiliki integritas dalam setiap hal, menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah, menghargai setiap orang dengan adil berdasarkan nilai tambah bisnis, berkomunikasi dengan jelas dan memberikan pendapatan penghasilan yang baik ke setiap orang (tanpa diskriminasi).¹⁴⁵

E. Prinsip PT.Prudential Cabang Pekanbaru

Prinsip operasional perusahaan Prudential dikenal dengan sebutan R.E.S.P.E.C.T, yaitu :¹⁴⁶

1. **Respect**, yang bermakna menghargai dan menjunjung tinggi nilai-nilai seperti orang, kebudayaan, perbedaan dan peran serta
2. **Encourage**, bermakna menciptakan lingkungan yang terbuka, jujur dan memberikan penghargaan
3. **Support**, bermakna saling mendukung perusahaan, rekan kerja dan nasabah
4. **Practice**, bermakna mempraktekkan apa yang diajarkan sesuai dengan prinsip-prinsip dasar perusahaan Prudential
5. **Enjoy**, bermakna mencintai pekerjaan
6. **Committed**, bermakna, mendengar dengan sepenuh hati kepada rekan kerja.
7. **Trust**, bermakna saling mempercayai dan menghargai kepercayaan orang lain.

¹⁴⁵Prudential. "Perusahaan Kami, official blog, <https://www.prudential.co.id/id/>.

¹⁴⁶Prudential.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Motto PT.Prudential Cabang Pekanbaru

Motto suatu perusahaan memiliki peran penting dalam mengembangkan bisnis dan menciptakan kesan pada calon nasabah. Motto perusahaan juga mengandung pesan kuat sebuah brand. Berikut Motto perusahaan Prudential :

“Listening, Understanding, Delivering.” Artinya, hanya dengan mendengarkan, kami dapat memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, dan hanya dengan memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, kami dapat memberikan produk dan tingkat pelayanan sesuai dengan yang diharapkan”.¹⁴⁷

G. Nilai-nilai Inti PT.Prudential Cabang Pekanbaru

Nilai-nilai suatu perusahaan diperlukan untuk menjadi dasar pijakan suatu perusahaan dalam proses, kebijakan dan strategi menjalankan perusahaan tersebut. Di bawah ini merupakan nilai-nilai inti perusahaan Prudential :¹⁴⁸

1. Berinovasi dan menciptakan peluang
kita terus berinovasi dan menantang diri untuk menciptakan peluang.
2. Menunjukkan rasa peduli dan memahami
kita mengerti dan peduli akan kebutuhan dan harapan para karyawan, nasabah, agen, mitra kerja, dan para pemegang saham.
3. Bekerja sama
kita menegaskan keterbukaan, saling percaya, dan kerja sama tim di seluruh tingkatan organisasi.
4. Memberikan yang terbaik
kita memenuhi janji kita dan memberikan yang terbaik berdasarkan harapan yang jelas dari para stakeholders, sambil terus menjaga integritas kita di setiap waktu.

H. Pencapaian PT. Prudential Life Assurance Indonesia Tahun 2020

Pencapaian-pencapaian PT. Prudential Indonesia pada tahun 2020 sangatlah banyak, hal ini layak diberi apresiasi yang sangat besar. Jika suatu perusahaan memiliki banyak pencapaian itu adalah

¹⁴⁷Prudential.

¹⁴⁸Prudential.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bukti bahwa perusahaan tersebut benar-benar berhasil dimata masyarakat. Di bawah adalah beberapa pencapaian PT. Prudential Indonesia pada tahun 2020 yaitu :¹⁴⁹

1. Bulan Februari
 - a. Indonesia Digital Innovation Awards 2020 untuk kategori "Perusahaan Inovatif dalam Penyediaan Sistem Pembayaran Omni-Channel untuk Pelanggan".
2. Bulan Maret
 - a. TOP Digital Company Award sebagai yang Membangun Transformasi Digital Terbaik pada kategori "Asuransi Jiwa (aset diatas Rp20 Triliun)".
3. Bulan Mei
 - a. Indonesia Virtual Award - Corporate Branding PR Award 2020 & PR Person of the Year untuk kategori "Asuransi Jiwa di atas Rp10 Triliun".
4. Bulan Juni
 - a. Indonesia Digital Popular Brand Award untuk tiga kategori Perusahaan Asuransi, Asuransi Jiwa, dan Asuransi Kesehatan.
 - b. Indonesia's Most Popular Digital Financial Brands 2020 untuk kategori e-claim, e-acquisition dan e-customer services.
5. Bulan Juli
 - a. CEO Terbaik 2020 untuk kategori "Employees Choice Awards - Asuransi Jiwa - di atas Rp10 Triliun".
6. Bulan Agustus
 - a. Perusahaan Asuransi Paling Inovatif di 2020 untuk kategori Top 20 Perusahaan Asuransi Paling Inovatif di 2020 dari Iconomics.
7. Bulan September
 - a. Asuransi Terbaik 2020 dari Majalah Investor untuk kategori "Asuransi Jiwa di atas Rp25 Triliun".
 - b. Teropong Insurance Awards 2020 sebagai Asuransi Peduli COVID-19, Asuransi Jiwa Tersehat 2020, dan Inovasi Asuransi Digital Terbaik 2020.
8. Bulan Oktober
 - a. Teropong PR Award 2020 sebagai Media Sosial Terbaik & Paling Aktif.

¹⁴⁹PT. Prudential Life Assurance, "PRULink Laporan Keuangan Tahun 2020."



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Syariah Terbaik 2020 dari Majalah Investor untuk kategori "Asuransi Jiwa dengan Aset di atas Rp1 Triliun".
9. Bulan November
 - a. Financial Awards 2020 Millennials Choice dari Economics untuk kategori "Brand Awareness dan Brand Image pada Asuransi Jiwa di atas Rp10 Triliun".
 - b. WOW Brand 2020 di kategori Asuransi Jiwa.
10. Bulan Desember
 - a. Penghargaan Asuransi Syariah Paling Inovatif dari Anugerah Syariah Republika 2020.

I. Struktur Organisasi PT. Prudential Cabang Pekanbaru

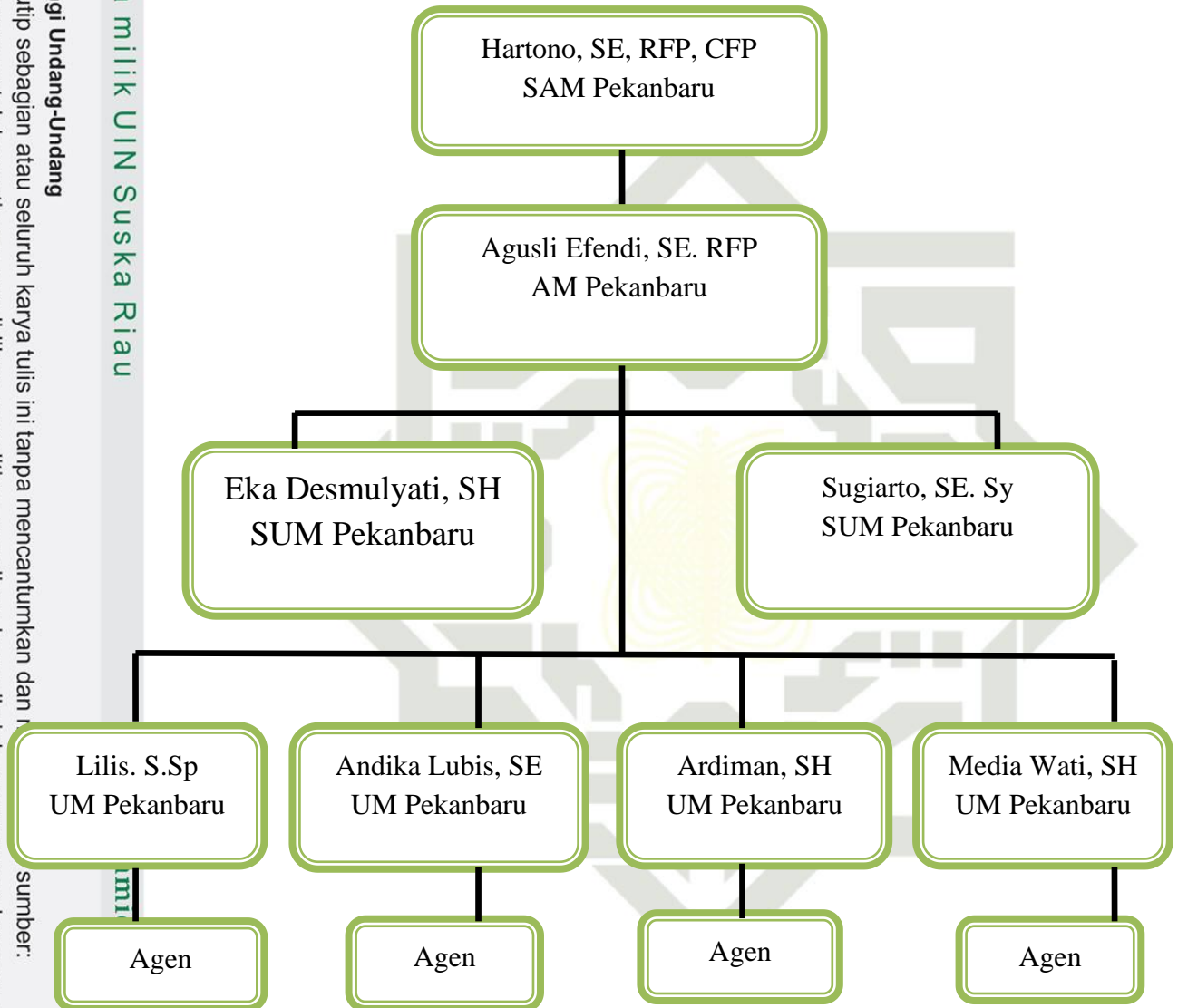
Penyusunan struktur organisasi sebelum kegiatan dimulai sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan, karena dengan adanya struktur organisasi akan terlihat jelas pembagian tugas dan tanggung jawab. Di bawah ini merupakan struktur organisasi PT. Prudential Cabang Pekanbaru :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagan 4.1
Struktur Organisasi PT. Prudential Cabang Pekanbaru



Sumber : PT. Prudential Cabang Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Untuk mewujudkan penelitian yang terarah dan sistematis maka kesimpulan dari penelitian berupaya untuk menjawab *Research Question* (Rumusan Masalah) yaitu bagaimana “Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru” dari *Research Question* (Rumusan Masalah) yang sudah penulis sampaikan pada bab pendahuluan, maka dapat disimpulkan Kontribusi *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Costumer Relations Management* (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru yaitu :

1. *Customer Relationship Management* (CRM) Strategi, yang terdiri dari kejelasan struktur perusahaan, menjalin kerjasama lintas departemen dan menjalankan budaya organisasi.
2. *Customer Relationship Management* (CRM) operasional, terfokus pada otomatisasi cara-cara perusahaan dalam berhubungan dengan nasabah dengan menggunakan teknologi yang lebih canggih yang menggunakan *Artificial Intelligence* (AI) dengan memanfaatkan layanan *website* prudential dan aplikasi yang bernama *We Do Pulse by Prudential* dan terintegrasi dengan *start up* dibidang kesehatan yaitu Halodoc.
3. *Customer Relationship Management* (CRM) operasional memiliki peran yang penting dalam kontribusinya bagi perusahaan yakni meningkatkan loyalitas nasabah, menjalin hubungan berkelanjutan, memberikan pelayanan otomatis dan menjaga hubungan dengan nasabah.
4. *Artificial Intelligence* berkontribusi terhadap *Costumer Relations Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan PT. Prudential Cabang Pekanbaru dalam bentuk aplikasi *We Do Pulse by Prudential* yang tersedia di platform iOS dan platform Android.
5. *Customer Relationship Management* (CRM) operasional memiliki peran yang penting dalam kontribusinya bagi perusahaan yakni meningkatkan loyalitas nasabah, menjalin hubungan berkelanjutan, memberikan pelayanan otomatis dan menjaga hubungan dengan nasabah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. *Customer Relationship Management* (CRM) analitis membantu manajemen perusahaan atas, marketing, sales, dan customer service dalam menentukan produk terbaik.

B. Saran

1. Untuk perusahaan PT. Prudential Cabang Pekanbaru diharapkan lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanan serta pelayanan otomatis *Customer Relationship Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan kepada nasabah, sehingga nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan dan terjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dan nasabah.
2. Untuk para peneliti lain yang tertarik dengan tema yang sama dengan penulis, disarankan dapat meneliti lebih lanjut dan lebih dalam tentang Kualitas *Customer Relationship Management* (CRM) yang ada di PT. Prudential, atau tentang audit mutu yaitu pengujian secara sistematis *Customer Relationship Management* (CRM) PT. Prudential.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Balza. "Diktat Matakuliah Kecerdasan Buatan." *Yogyakarta, Jurusan Teknik Fisika Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mad*, 2006, 25.
- Ahmad Mardalis. "Meraih Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Benefit. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta* Vol. 9, No. 2 (Desember 2005): 111–19.
- Ananda Dwi R , Firdha Imamah , Yusuf Mei Andre S, Ardiansyah. "Aplikasi Chatbot (Milki Bot) Yang Terintegrasi Dengan Web Cms Untuk Customer Service Pada Ukm Minsu." *Jurnal Cendikia* Vol. Xvi (2018).
- Anggia Dasa Putri, Dapit Pratama. "Sistem Pakar Mendeteksi Tindak Pidana Cybercrime Menggunakan Metode Forward Chaining Berbasis Web Di Kota Batam." *Jurnal Edik Informatika* Vol 3, No. 2 (N.D.).
- Anggito, Albi, And Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cv Jejak, 2018.
- Assyari Abdullah. "Public Relations In The Era Of Artificial Intelligence: Peluang Atau Ancaman?" *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora) Social And Political Science Faculty, Universitas Muhammadiyah Ponorogo* Vol 08 No.2 (July 2, 2020).
- Badan Pusat Statistik. "Februari 2020: Tingkat Pengangguran Terbuka (Tpt) Sebesar 4,99 Persen," Mei 2020. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/05/05/1672/Februari-2020--Tingkat-Pengangguran-Terbuka--Tpt--Sebesar-4-99-Persen.html>.
- Banu Prasetyo, Umi Trisyanti. "Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial." *Prosiding Semateksos* 3, N.D., 25.
- Budi Sutedjo Darma Oetomo. *Perancangan Dan Pembangunan Sistem*. Yogyakarta: Andi Offset, 2003.
- Chen, Injazz J., And Karen Popovich. "Understanding Customer Relationship Management (Crm): People, Process And Technology." *Business Process Management Journal* 9, No. 5 (October 2003): 672–88. <https://doi.org/10.1108/14637150310496758>.
- Chistina Whidya Utami. *Manajemen Ritel : Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Chyntia Heru Woro Prastiwia, Nia Pujiawati. "Penggabungan Artificial Intelligence Dan Kecerdasan Alami Dalam Pembelajaran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Keterampilan Menulis Bahasa Inggris.” *Unnes Seminar Nasional Pascasarjana*, 2019.

Ciprian Mati, Liviu Ilie. “Customer Relationship Management In The Insurance Industry.” *Elsevier B.V: Procedia Economics And Financecom*, 2014, 1138–45.

D. Horváth & Szabó. “Driving Forces And Barriers Of Industry 4.0 : Do Multinational And Small And Medium-Sized Companies Have Equal Opportunities?” *Technological Forecasting And Social Change*, 132 119ad.

Delipiter Lase. “Pendidikan Di Era Revolusi Industri 4.0.” *Jurnal Sundermann*, November 7, 2019.

Eka N.A.M. Sihombing. “Implementasi Penggunaan Kecerdasan Buatan Dalam Pembentukan Peraturan Daerah (The Implementation Of Artificial Intelligence Usage In Local Legislation Forming).” *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* Volume 14, Nomor 3 (November 2020): 419–34.

Eka Yuniar Dan Heri Purnomo. “Implementasi Chatbot ‘ Alitta’ Asisten Virtual Dari Balittas Sebagai Pusat Informasi Di Balittas.” *Jurnal Ilmiah Teknik Informatik* Vol. 12 No. 1 (Mei 2019).

Erfanto Linangkung. “Revolusi Industri, 75% Jenis Pekerjaan Akan Hilang.” *Sindo News*. February 27, 2017. <https://Ekbis.Sindonews.Com/Berita/1183599/34/Revolusi-Industri-75-Jenis-Pekerjaan-Akan-Hilang>.

Farid Abdullah. “Fenomena Digital Era Revolusi Industri 4.0.” *Jurnal Dimensi Dkv Seni Rupa Dan Desain* Volume 4, Nomor 1 (April 2019).

Forces Of Change : Industry 4.0. Deloitte Series, N.D.

Franco Mosconi. “The New European Industrial Policy. Global Competitiveness And The Manufacturing Renaissance.” *London, Inggris : Routledge.*, 2015.

Fransisca Andreani. “Customer Relationship Management (Crm) Dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur Dan Jasa.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2, No. 2, (Oktober 2007).

Franycia Maria Pangkey, M. Furkan, Edy Herman. “Pengaruh Artificial Intelligence Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram* Vol 8, No. Issue 3 (September 2019).

Goralski, Margaret A., And Tay Keong Tan. “Artificial Intelligence And Sustainable Development.” *The International Journal Of Management*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Education 18, No. 1 (March 2020): 100330.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100330>.

Gusikhin, O., Rychtycky, N., & Filev, D. "Intelligent Systems In The Automotive Industry: Applications And Trends." *Knowledge And Information Systems* 12 (2007): 147–68.

Habibatul Lutfiyah And , Achmad Zakki Falani. "Pemanfaatan Artificial Intelligence Untuk Optimasi Persediaan Barang Dengan Menggunakan Algoritma Genetika (Studi Kasus Apotek K24)." *Jurnal Link* Vol 21, No 2 (September 2014).

Halimah And Dr.H. Seno Andri, Mm, M.Si. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru." *Jom Fisip* Vol 2 No 2, Oktober 2015, N.D.

Hamdan. "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi." *Jurnal Nusamba* Vol. 3 No.2 (Oktober 2018).

Hoedi Prasetyo, Wahyudi Sutopo. "Industri 4.0 : Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah Perkembangan Riset." *Jurnal Teknik Industri* Vol. 13, No.1 (January 2018): Hlm : 17.

Indra Wijaya. "Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Asuransi Prulink Syariah Edu Protection Di Pt. Prudential Life Assurance Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi Strata 1, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020.

Intergovernmental Panel On Climate Change, Ed. "Summary For Policymakers." In *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis*, 1–30. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
<https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>.

Ir. Suhandi, M.Kom. "Manfaat Pembelajaran kecerdasan Buatan Dan Aplikasinya Bagi Mahasiswa Informatika Dan Komputer," N.D.

Ivanov, Stanislav, And Craig Webster. "Economic Fundamentals Of The Use Of Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism, And Hospitality." In *Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism And Hospitality*, Edited By Stanislav Ivanov And Craig Webster, 39–55. Emerald Publishing Limited, 2019. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191002>.

. "Economic Fundamentals Of The Use Of Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism, And



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hospitality.” In *Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism And Hospitality*, Edited By Stanislav Ivanov And Craig Webster, 39–55. Emerald Publishing Limited, 2019. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-687-320191002>.

—. “Robots, Artificial Intelligence, And Service Automation In Travel, Tourism And Hospitality,” N.D., 31.

T. Valin. “Humans Still Needed : An Analysis Of Skills And Tools In Public Relations.” *Chartered Institute Of Public Relations*, 2018.

Kalakota, Ravi & Maria Robinson. *E-Business 2.0 : Roadmap For Success*. Usa: Addison Wesley, Longman Inc., 2001.

Kirana Rukmayuninda Ririh, Nur Laili, Adityo Wicaksono, Silmi Tsurayya. “Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Di Indonesia.” *Undip: Jurnal Teknik Industri* Vol. 15, No. 2, Mei 2020 (Mei 2020).

Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran : Edisi Kedua Belas. Jilid 1*. Jakarta: Pt Index. Kelompok Gramedia, 2009.

Kuo, Chen & Tseng. “Investigating An Innovative Service With Hospitality Robots.” *International Journal Of Contemporary Hospitality Management* 29 (2017): 1305–21.

Lexy J. Moeleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2006.

Lona Olivia. “Lewat Pulse, Prudential Perluas Akses Layanan Kesehatan.” *Beritasatu.Com*. November 12, 2020.

McGrew, Jean B. “Future Shock. Alvin Toffler. New York: Random House, 1970.” *The Bulletin Of The National Association Of Secondary School Principals* 54, No. 349 (November 1970): 123–29. <https://doi.org/10.1177/019263657005434912>.

Mia Chitra Dinisari. “Prudential Jalin Kemitraan Strategis Dengan Halodoc.” *Bisnis.Com*. Agustus 2019.

Mikko Riikkinen, Hannu Saarijärvi, Peter Sarlin, Ilkka Lähteenmäki. “Using Artificial Intelligence To Create Value In Insurance.” *International Journal Of Bank Marketing*, 2018.

Milles Dan Huberman. “Analisis Data Kualitati,” 16. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.

Muhammad Dahria. “Kecerdasan Buatan (Artificial Itelligence).” *Jurnal Saintikom* Vol 5, No 2 (Agustus 2018).

Musta’inul Abdi, Darlis Herumurti, Imam Kuswardayan. “Analisis Perbandingan Kecerdasan Buatan Pada Computer Player Dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengambil Keputusan Pada Game Battle Rpg.” *Juti: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi* Volume 15, Nomor 2 (July 2017).

Novianti Indah Putri, Zen Munawar. “Mekanisme Umum Untuk Sistem Kecerdasan Buatan.” *Jurnal Informatika – Computing* Volume 06 Nomor 02 (Desember 2019).

Polytechnic University Institute “Santiago Mariño,” Barinas, Venezuela, Luis Emilio Alvarez-Dionisi, Mitali Mittra, And Rosbelia Balza. “Teaching Artificial Intelligence And Robotics To Undergraduate Systems Engineering Students.” *International Journal Of Modern Education And Computer Science* 11, No. 7 (July 8, 2019): 54–63. <https://doi.org/10.5815/Ijmecs.2019.07.06>.

Prudential. “Perusahaan Kami.” Official Blog, N.D. <https://www.prudential.co.id/id/>.

Pt. Prudential Life Assurance. “Prulink Laporan Keuangan Tahun 2020.” *Laporan Keuangan Tahun 2020*, N.D.

Putriani. “Analisis Customer Relationship Marketing Pada Perusahaan Asuransi (Studi Perbandingan Antara Perusahaan Asuransi Syariah Dan Non Syariah Di Kota Pekanbaru).” *Jurnal Al-Iqtishad*, 15, Volume 1 (2019).

Putu Sukma Kurniawan. “Kasus Nasabah Aia Dan Prudential: Apa Yang Harus Diwaspadai Dari Produk Asuransi Unit Link.” *The Conversation.Com*, April 8, 2021.

Raymond R. Tjandrawinata. “Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi.” *Dexa Medica Group*, February 2, 2016.

Reza Dea Yogaswara. “Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta.” *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi* Vol 10, No 1 (September 2019).

Roblek, Vasja, Maja Meško, And Alojz Krapež. “A Complex View Of Industry 4.0.” *Sage Open* 6, No. 2 (April 20, 2016): 215824401665398. <https://doi.org/10.1177/2158244016653987>.

Ron Davies. “Industry 4.0 Digitalisation For Productivity And Growth.” *European Parliamentary Research Service (Eprs)*, 2015, 1–10.

Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Pt.Raja Grafindo Persada, 2018.

Rosmayani. “Customer Relationship Management.” *Jurnal Valuta* Vol 2 No 1 (April 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Sari, Evi Aprilia. "Peran Pustakawan Ai (Artificial Intelligent) Sebagai Strategi Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Revolusi 4.0." *Bibliotika : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi* 3, No. 1 (May 26, 2019): 64–73. <https://doi.org/10.17977/Um008v3i12019p064>.
- Slamet Riyadi. "Revolusi Industri 4.0 : Peluang Dan Tantangan Bagi Alumni Universitas Terbuka." *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman*, N.D.
- Sousa, Weslei Gomes De, Elis Regina Pereira De Melo, Paulo Henrique De Souza Bermejo, Rafael Araújo Sousa Farias, And Adalmir Oliveira Gomes. "How And Where Is Artificial Intelligence In The Public Sector Going? A Literature Review And Research Agenda." *Government Information Quarterly* 36, No. 4 (October 2019): 101392. <https://doi.org/10.1016/J.Giq.2019.07.004>.
- Stefan Heng. "Industry 4.0: Upgrading Of Germany's Industrial Capabilities On The Horizon." *Baden-Wuerttemberg Cooperative State University*, September 5, 2015. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2656608.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian*. Bandung: Cv Alfabeta, 2005.
- Supanto. "Perkembangan Kejahatan Teknologi Informasi (Cyber Crime) Dan Antisipasinya Dengan Penal Policy." *Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta* Vol.5 No.1 (April 2016).
- Syifa, Mutiara, Prima Kadavi, And Chang-Wook Lee. "An Artificial Intelligence Application For Post-Earthquake Damage Mapping In Palu, Central Sulawesi, Indonesia." *Sensors* 19, No. 3 (January 28, 2019): 542. <https://doi.org/10.3390/S19030542>.
- Vasiljeva, Tatjana, Sabina Shaikhulina, And Karlis Kreslins. "Cloud Computing: Business Perspectives, Benefits And Challenges For Small And Medium Enterprises (Case Of Latvia)." *Procedia Engineering* 178 (2017): 443–51. <https://doi.org/10.1016/J.Proeng.2017.01.087>.
- Vera Vivi S. Marbun. "Penerapan Sistem Informasi Customer Relationship Management (Crm) Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan (Studi Pada Kantor Prudential Jl. Taruma Medan, Unit Pelayanan)." Universitas Sumatera Utara, 2017.
- Victor Amrizal, Qurrotul Aini. *Kecerdasan Buatan*. Jakarta: Halaman Moeka Publishing, 2013.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Wharton. "Vishal Sikka: Why Ai Needs A Broader, More Realistic Approach." *Knowledge@Wharton*, 2018. <https://Knowledge.Wharton.Upenn.Edu/Article/Ai-Needs-Broader-Realistic-Approach/>.
- Wibi Pangestu Pratama. "Mckinsey: Asuransi Jiwa Tumbuh Pesat Di Negara Berkembang 1 Dekade Terakhir." *Bisnis.Com*. September 30, 2020.
- Widodo. "Sistem Pidanaan Dalam Cybercrime." Yogyakarta: Laksbang Mediatama, 2009.
- Windarto, A. P., Dewi, L. S., & Hartama, D. "Implementation Of Artificial Intelligence In Predicting The Value Of Indonesian Oil And Gas Exports With Bp Algorithm." *International Journal Of Recent Trends In Engineering & Research (Ijrter)* 3, No. 10 (Oktober 2017): 1–12. <https://doi.org/10.23883/Ijrter.2017.3482.J5bbs>.
- Wright, Scott A., And Ainslie E. Schultz. "The Rising Tide Of Artificial Intelligence And Business Automation: Developing An Ethical Framework." *Business Horizons* 61, No. 6 (November 2018): 823–32. <https://doi.org/10.1016/J.Bushor.2018.07.001>.
- Wulan Sari. "Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Pekanbaru." *Jom Fisip* Vol 1 No. 4 (February 2017).
- Yogaswara, Reza. "Artificial Intelligence Sebagai Penggerak Industri 4.0 Dan Tantangannya Bagi Sektor Pemerintah Dan Swasta." *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 10, No. 1 (September 25, 2019): 68. <https://doi.org/10.17933/Mti.V10i1.144>.
- Yuni Komariah. "Strategi Perusahaan Asuransi Prudential Dalam Meningkatkan Nasabah Dan Minat Berasuransi Masyarakat Muslim Indonesia." *Jom Fisip* Volume 2 No. 2 (Oktober 2015): 2.
- Zikmund, William G. Et.Al. And Marketing Strategy And Informatizikmund, William G. Et.Al. *Customer Relationship Management : Integrating Marketing Strategy And Information Technology*. New Jersey: John Wiley And Sons., 2003.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Pedoman Wawancara

1. Bagaimanakah sejarah awal ide lahirnya aplikasi Pulse by Prudential?
2. Pada awal mulanya, siapakah yang mengusulkan ide lahirnya aplikasi Pulse by Prudential? Apakah pihak internal perusahaan ataukah dari proyek perusahaan IT lain?
3. Kapan awa mula aplikasi ini di uji coba? Apakah pada awal uji coba, aplikasi ini langsung berhasil berjalan?
4. Sejak kapan Prudential menggunakan aplikasi Pulse?
5. Sejak kapan Prudential melibatkan *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan) dalam *Costumer Relationship Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan?
6. Mengapa menggunakan *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan) dalam *Costumer Relationship Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan ?
7. Apa saja *Costumer Relationship Management* (CRM) atau Manajemen Hubungan Pelanggan yang diterapkan perusahaan Prudential?
8. Pada aplikasi Pulse, terdapat aplikasi cek kesehatan yaitu Halodoc. Mengapa perusahaan Prudential bekerja sama dengan Halodoc?
9. Apa perubahan yang dirasakan sebelum dan sesudah menggunakan aplikasi Pulse by Prudential ?
10. Apa saja fitur layanan yang terdapat dalam aplikasi Pulse by Prudential ?
11. Apa saja kemampuan *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan) yang terdapat dalam aplikasi Pulse by Prudential dalam hal Manajemen Hubungan Pelanggan?
12. Sampai dimanakah batas kemampuan *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan) di dalam aplikasi Pulse by Prudential? Apakah sampai ke rekam medis (Medical Record)?
13. Apa saja fasilitas yang dapat diakses di aplikasi Pulse by Prudential ?
14. Apa saja manfaat yang didapat dari adanya aplikasi ini?
15. Adakah kelemahan atau kendala dari aplikasi ini?
16. Sudah berapa kali aplikasi ini mengalami *upgrade*? Dan sekali berapa bulan *upgrade* aplikasi dilakukan?
17. Tersedia di mana sajakah aplikasi Pulse by Prudential ini? Apakah bisa di Iphone, Android atau Laptop (Windows) ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1.1 Dokumentasi



Wawancara bersama kak Indriyanti selaku CSO PT. Prudential Pekanbaru



Wawancara bersama bapak Andika Lubis selaku Direktur Agen PT. Prudential Pekanbaru

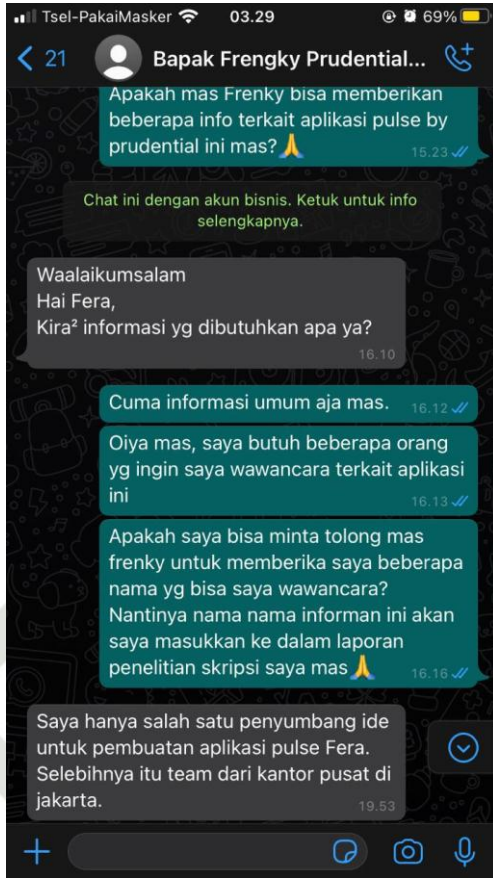


© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



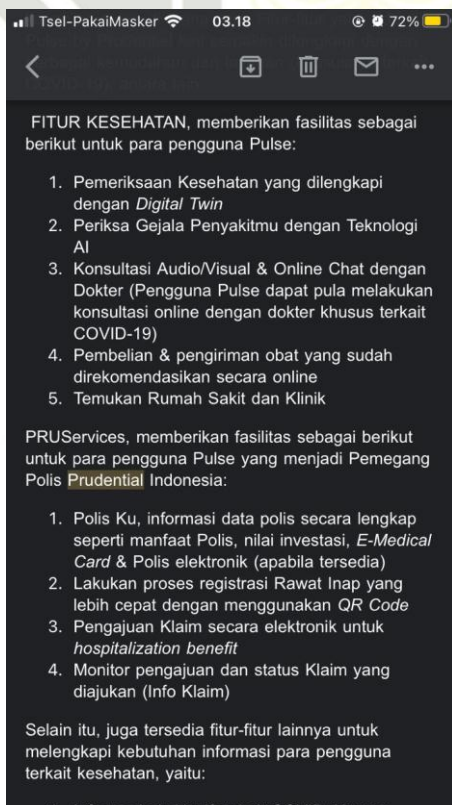
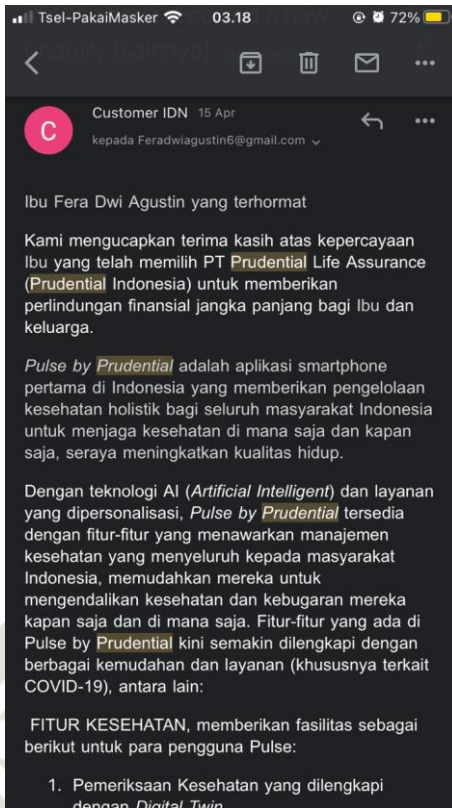
Wawancara bersama bapak Frenky Ade Siregar selaku *Agency Development Support*

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

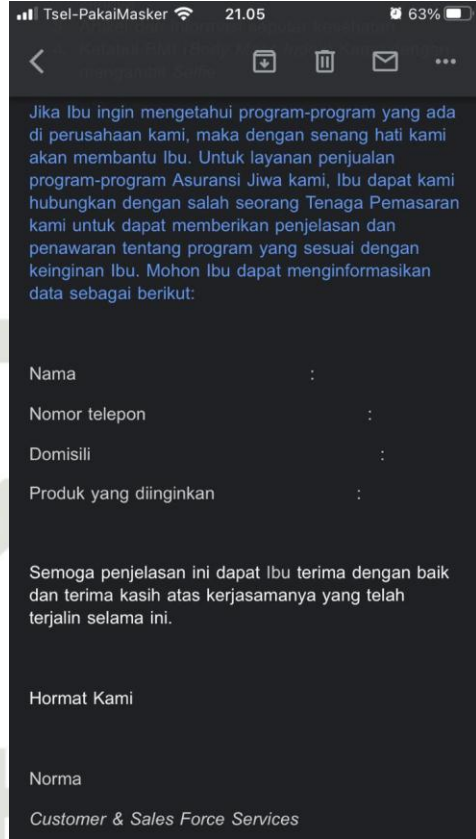
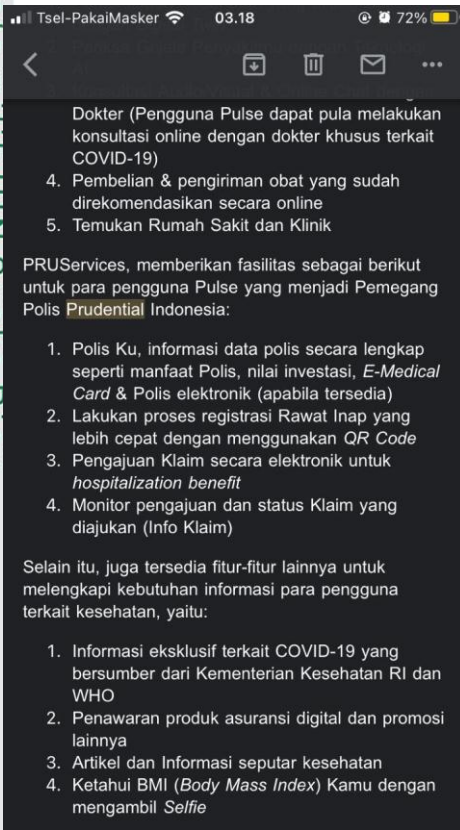
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hasil wawancara berupa E-mail dari Customer PT. Prudential Jakarta

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-1139/Un.04/F.IV/PP.00.9/02/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 10 Februari 2021

Kepada Yth,
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru**

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: FERA DWI AGUSTIN
N I M	: 11740323819
Semester	: VII (TUJUH)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

“Kontribusi Artificial Intelligence (AI) dalam Costumer Relations Management (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru .“

Adapun sumber data penelitian adalah :
PT. Prudential Cabang Pekanbaru

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

**Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015**

Tembusan :
1. Mahasiswa yang bersangkutan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/38676
 TENTANG



1.04.02.01

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perijinan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B11299Un.04/F.IV/PP.00.9/02/2021 Tanggal 10 Februari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | FERA DWI AGUSTIN |
| 2. NIM / KTP | : | 11740323819 |
| 3. Program Studi | : | ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | KONTRIBUSI ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 15 Februari 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Lampiran :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Prudential Cabang Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perijinan Riset dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B11299Un.04/F.IV/PP.00.9/02/2021 Tanggal 10 Februari 2021, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | FERA DWI AGUSTIN |
| 2. NIM / KTP | : | 11740323819 |
| 3. Program Studi | : | ILMU KOMUNIKASI |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | KONTRIBUSI ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. PRUDENTIAL CABANG PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.

2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.

3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 15 Februari 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Lampiran :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Prudential Cabang Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Fera Dwi Agustin, Lahir di Tanah Datar pada tanggal 15 Agustus 1998. Penulis merupakan anak ke-2 dari 3 bersaudara pasangan suami istri Bapak Ngadiman dan Ibu Samijah. Penulis mempunyai abang bernama Ferry Fatmanto dan adik laki-laki bernama Farhan Ferari Wirasena. Pendidikan awal dimulai dari tingkat TK tahun 2004-2005 di TK Sekar Melati Desa Rimba Beringin, kemudian pendidikan SDN 008 Rimba Beringin pada tahun 2005-2011, dilanjut SMPN 01 Bangkinang Kota tahun 2011-2014, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Bangkinang Kota dari tahun 2014-2017. Setelah lulus penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan lulus menggunakan jalur ujian mandiri dengan memilih jurusan Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi Public Relations (PR) pada tahun 2017. Penulis melaksanakan KKN di daerah sekitar kampung halamannya yaitu Desa Rimba Beringin, Kecamatan Tapung Hulu Kampar. Kemudian melaksanakan kegiatan Magang di Perpustakaan Soeman HS Pekanbaru.

Hingga akhirnya terucap syukur yang sebesar-besarnya karena penulis menyelesaikan Skripsi di pertengahan tahun 2021 dengan judul “**Kontribusi Artificial Intelligence (AI) dalam Costumer Relationship Management (CRM) PT. Prudential Cabang Pekanbaru**”. Terimakasih,